الدكتور ياس خضير البياتي

يورانيّوم الإعلام

حروب الأعصاب بالتقنيات الرقميّة

إحتلال العراق نموذجاً

تقديم

حمدي قنديل



2006

يورانيّوم الإعلام
حروب العصر بالتقنيات الرقميّة
إحتلال العراق نموذجاً

تأليف
أ.د.ياس خضير البياتي
كلية الإعلام/جامعة بغداد
وكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلاقات العامة
شبكة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا(حالياً)
الأمارات العربية المتحدة

2006



رئيس مجلس الإدارة
محمد حامد راضي

الرقميّة"



١٢٢ أ ش جسر السويس ـ امام عمارات الميرلاند ـ القاهرة ـ مصر
ت: ٢٢٥٩٥٨٤٦ ـ ف ٢٢٥٩٥٨٤٥

E.mail:
almaktabalmasry@yahoo.com
mohamed_radi2000@yahoo.com

ياس خضير البياتي
يورانيّوم الإعلام"حروب العصر بالتقنيات

القاهرة: المكتب المصرى للمطبوعات
رقم الإيداع بدار الكتب ####/#200
I.S.B.N 977 -###-### - x

الإهـــــداء

إلى وطني الرافدين، المثخن بجراح الاحتلال وحرابه، وتقنياته التدميريّة.

إلى مدينتي بغداد: أقرأ ماتكتبينه على جدرانك:احتلت العراق، ولكن لم تحتـل عقـول العراقيين.

إلى الأمة،مواجهة تلوث (يورانيوم الإعلام) بتحرير العقل العربي بالعلم، والتفاعـل مـع العصر الرقمي بعقل منفتح.

أهدي هذا الجهد العلمي المتواضع

المحتويات

المقدمة

اذا كان العالم ينتج كل دقيقتين تقنيات جديدة، ، فأن الاتصال الرقمي حوّل العصر إلى رموز ومعلومات عصيّة عن الإدراك لحجمها وتنوعها وكثافة بثها، بحيث نجد أنّ ازدياد المعلومات خلال السنوات العشر الأخيرة تعادل المعلومات التي انتجتها البشرية على مدى القرون الماضية.والأخطر في التقنيات الإعلامية الرقميّة، انها ساعدت الأقوياء،عسكرياً،واقتصادياً،ومعلوماتياً وتكنولوجياً، على تضليل عقول شعوبهم، ومسح ذاكرتهم الإنسانية، مثلما ساعدت على الهيمنة والإقصاء، وتدمير ثقافة ومنظومة قيم الضعفاء، ولكنها ساهمت أيضاً في توسيع فضاء حرية المعلومات وتداولها، وتقريب العالم جغرافياً ومكانياً وإنسانياً، والأهم انها الغت رقابة الحكومات المستبدة، وأسقطت جدرانها الحديدية التي بنتها لتكبيل المواطن، وغلق منافذ تنفسة، وتكتيم أفواهه.

ولم تعد القرية التفاعليّة التي نعيش عصرها اليوم، قرية للخاملين والمندهشين ،إنما أصبحت قرية رقميّة للفاعلين والمبدعين والمجتهدين، فلا يجوز لنا اليوم أن نكون خارج العصر، منتقدين ومستهلكين ومنكمشين، ولايوجد حل في عصر العولمة الاّ ان تتفاعل معها بمنطق العلم، فنأخذ إيجابياتها، ونرفض سلبياتها، والأهم ان نبدأ التغيير: تغيير ذواتنا وعقدنا وأمراضنا وقوانيننا وتشريعاتنا وسياساتنا ودساتيرنا الاستبدادية، وعقولنا القمعيّة، وتغيير أنماط جامعاتنا التقليدية وعصرنتها، وتنمية البحث العلمي، وجعل المفكر والعالم والباحث الرجل الأول في أوطاننا، وهذا لايحدث أيضاً، الاّ بتوسيع رقعة الحريات وممارسة الديمقراطية وحرية الإعلام والتعبير.

وببساطة شديدة، فأن هذا الكتاب(يورانيوم الإعلام)*،هو محاولة علميّة اكاديميّة لدراسة تاثيرات العولمة الإعلامية ومضامينها على المتلقي العربي المندهش بمعلومات الآخر، الأكثر منهجيّةً وتطبيقاً للعلوم المتطورة، والأبرع في استثمار تكنولوجيا المعلومات والإعلام في احتلال العقل البشري، وتدمير مدركاته الذهنيّة والحسيّة،وهو محاولة لتفكيك البيئة العربية المريضة بعقدة (الآخر) ،وحمى الأميّة الأبجدية والحضاريّة،والملوثة بدخان مصانع القمع السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وفضاءات مغلقة أمام الشباب العربي الذي لايجد أمامه الاّ استهلاك

عشرات الساعات يومياً من المواد الإعلامية المليئة بالعنف والجريمة والجنس،بهدف (التنفيس) والهروب من الواقع بحثاً عن الذات.

وبأختصار فان الكتاب يهدف حسب أبواب محتوياته الى:

الباب الأول، إيقاظ العقل العربي، وتحريره من قيود النمطيّة والتخلف واللامبالاة إتجاه مايحدث من ثورات رقمية في مجتمعات المعلومات، مقابل مجتمعات ورقيّة مازالت في حالة اندهاش من تقنيات الآخر، وثوراته المعلوماتيّة،وهو اندهاش يمنعها من التفاعل مع العصر وثوراته ،وجعلها مجرد مستهلكة وخاملة، لأن الصراع المستقبلي سيكون موجها للسيطرة على تقنيات الاتصال. والبقاء للاصلح لمن يهيّمن على هذه التقنيات، ويستوعب منطق العولمة وأدواتها ومضامينها وأسرارها المبطنة.

- مادفعنا الى إستخدام مصطلح جديد (يورانيوم الإعلام)، كمرادف لمصطلح(اليورانيوم المخصّب)، وجعله عنوان هذا الكتاب، هو تطابق الوظائف التدميرية والمرضيّة ، ونتائجهما على الأنسان جسدياً ومعنوياً ونفسيّاً، فالأول يؤدي الى تدمير العقل والنفس، بينما الثاني (اليورانيوم المنضب) يؤدي الى الموت جسدياً، إضافة الى تاثيراته المرضية البايولوجية والنفسية،و هو(منتج ثانوي لعملية تستخدم في تصنيع وقود الطاقة النووية أوالأسلحة النووية، ويحتوي على بقايا دقيقة من مكونات النشاط الاشعائي، وقوته تزيد بمقدار 1.7 عن قوة الرصاص، ويستعمل في قذيفة بأمكانها إختراق بسهولة ويسر درعاً من الدبابات الصلبة وغيرها من المركبات العسكرية، وقد إعتمدته الولايات المتحدة في الأسلحة إثناء حروبها في البلقان وأفغانستان والعراق، وقد تسبب في مرض وموت أكثر من نصف مليون عراقي منذ حرب الخليج الثانية عام 19991، وأهم امراض اليورانيوم مرض السرطان الذي مايزال يفتك بالاف العراقيين لحد الآن.) المصدر: صحيفة الإندبندنت البريطانية، بتاريخ 2000/11/14 .

الباب الثاني، تحليل واستقراء مايجري للمنطقة العربية من إحتلال واضح للإعلام القادم من شمال العالم، وهو يحمل تناقضات البيئة وإفرازاتها ونماذجها الفكرية، وأنظمتها الأيديولوجيّة والاجتماعيّة والثقافيّة، لأهداف بعضها تجاريّة، والأخرى موضوعيّة، بمعنى الأعتراف بوجود مناطق قوة ونفوذ للمعلومات، مقابل مناطق

ضعيفة تستقطب (معلومات الآخر) لملئ اوقاتها بالمواد الإعلاميّة، لأ نها مجتمعات لاتملك موارد كافية للمنافسة، ولا إمكانيات ذاتية تخولها دخول السوق العالميّة، وهي محصلة طبيعيّة لانعدام التوازن في موارد القوة الدولية، ولكن الأخطر، هو ان تستثمر الدول القوية هذه التقنيات لتعميق مفهوم نموذج التبعيّة القائمة على المفهوم الغربي الرأسمالي الاستعماري، وملخصه (الغرب السياسي والاجتماعي هوالقدوة للدول الناميّة)، بمعنى ان مايجري هو استراتيجية سياسيّة، بأعتراف المنظرين في أمريكا والغرب بأعتبار ان (الإعلام اداة سياسيّة للهيمنة وللتوجيه والسيطرة على العقول لفرض قيمها وأفكارها وأنماط سلوكها بحيث تتماشي مع مصالحها).

الباب الثالث، عرض نماذج تطبيقية لبعض الحملات الإعلاميّة والدعائيّة الموجهة للمنطقة العربية، وهي حملات إتخذت أكثر من نموذج للحرب والهيمنة، كالحروب العسكرية والاقتصادية والإعلامية، وأستثمرت تقنياتها واختراعاتها ومبتكراتها لتدمير البشر جسدياً ومعنوياً، من خلال احتلال الأرض، أو احتلال العقل وتدميره، وهذا ماحدث للعراق، كنموذج وتجربة، حيث تم تدميره بأسلحة الدمار وتقنياتها العسكرية المتطورة،وحروب الجوع من خلال الحصارالأقتصادي، وحروب المرض من خلال(اليورانيوم المنضب)، وبحروب الأعصاب من خلال الإعلام وتقنياته ومضامينه، وهي حروب انهكت الشعب العراقي ومهدت لأحتلال العراق عام 2003.

ويبقى السؤال الجوهري: ماذا يريد الكتاب أن يقوله من خلال أبوابه الثلاثة؟ ان المنطقة العربية تتعرض منذ سنوات بعيدة لعمل منظم ومبرمج لأحتلاله إعلإمياً، وهو احتلال أقوى وأقسى من احتلال الأرض بمعايير القوة العسكريّة، لأن الارض يمكن احتلالها بسهولة، ولكن احتلال العقل أصعب بكثير، وتاثيراته أعمق وأخطر،ومنهجياته العلميّة اعقد في غسل دماغ العقول، لهذا كان(الآخر) ينشئ مختبرات العلم،و(يخصّب مضمون الإعلام) ويستثمرالعلوم، ويوظف تقنياته الإتصالية لخدمة مخططاته،وهي مخططات ترمي الى بناء رسالة إعلاميّة مؤثرة، تستمد قوتها الأقناعيّة من مناهج علم النفس والعلوم الحديثة، ولتصبح الرسالة بمفهومها الشامل عمليات نفسية واجتماعية وفسيولوجية لاختراق البشر، وتكريس نماذجها وأنماطها وثقافتها ،على المجتمعات العربية بوسائل الحرب النفسية وغسل العقول وتدمير

النفس.بمعنى أن تصبح الرسالة الإعلامية ذات جدوى في عملية التاثير اشبه بتاثير (اليورانيوم المخصب) في تاثيراته البيولوجية والفسيولوجية والنفسيةعلى المتلقي، بمعنى إن (يورانيوم الإعلام المخصب) في مختبرات الإعلام والعلاقات العامة والحرب النفسيّة، يريد بأشعاعاته المرضيّة أن يحدث أكبر تأثير في عقل الأنسان ومدركاته، لتدميره معنوياً، واصابته بأمراض القلق،والانحراف ،والأعصاب، والأغتراب، والتمرد والفردية، والعدوانية، والاستهلاك، وتوطين العجز في نفوس، وبمعنى أوسع تدمير الواقع العربي وبنيته الأجتماعية وثقافته وقيمه.

وهناك الأخطر، على جبهة العرب، وهي جبهة ضعيفة، تسمح للآخر باختراقها،فانظمتها السياسة، تقمع مجتمعاتها، وتختزلها بالحاكم الواحد، وتقّيد حرياتها وتكتم أفواهها،وتنبذ الديمقراطية وحق الاتصال والتعبير، وتمنع مشاركتها في صنع القرارات والتعبير عن افكارها بالقمع والقسر، وأنظمة اجتماعيّة تعاني من الاميّة والجوع والتخلف والقهر الأجتماعي، والسلطوية الأجتماعية والطبقيّة، وبطالة قاتلة، وشباب مهمشون وضائعون، وفساد ورشاوي تستشري في مؤسساتها، وأنظمة تعليمية تقليديّة تجتر معلومات الأمس، وتهمل العصر،أو تقرّب العصر، وتقتل ثقافة الأمة ولغتها،وتكون عوناً للاختراق الأجنبي، وانظمة اعلاميّة عربيّة تبحث عن الترفيه، وتسطح الفكر والحياة، وتكون اداة لتخريب الذوق، وقناة لتسهيل إشاعة المادة الأجنبية، بدلاً من دورها في حصانة المواطن.

وأعترف بأن مضمون هـذا الكتـاب، هـو عصّـاره تجربـة عشـتها عـلى جبهتـين، جبهـة الحرب، وجبهة العلم، وهي تجربة منحتني الكثير من امتيازات الميدان وخصوصياته، فقد عشت حروب العراق، وحروب الآخرين ضده، تحت قصف الطائرات وصـواريخ الكـروز، وقصف مدافع الإعلام الغربي والأمريكي وحروبة النفسية، وحروب الأعصاب، واشـعاعات اليورانيّوم المخصّب، ويورانيوم الإعلام، ولم تكن المشاركة مجرد (شاهد عيان) بلغة الإعلام الغربي لتضليل المتلقي، إنمّا كانت في كثير من الأحيان مشاركة بالسلاح تحت مفهوم ثقافة عسكرة المجتمـع العراقـي، ومشـاركة بالكلمـة والبحـث، ورصـد الإعـلام الوافـد، وتحليـل اتجاهاته ومضامينه كأكاديمي وخبير إعلامي.

والمهم في إصدار هذا الكتاب، أنّه يأ تي تكملة لتجربتي السابقة في كتاب (إحتلال العقول) الصادر في بغداد عام 1991، الذي رصد بلغة العلم (أساليب الأجهزة الدعائية الأمريكية والغربية في تنظيم الحملات الإعلامية والدعائية ضد العراق، بصفحات متعددّة، وبأساليب مبتكرة، بقصد تدميره وإرهاب إنسانه)، كما يأتي استجابة لمنطق الحقيقة: أنّ العراق يعيش تحت الاحتلال الأمريكي وآلته العسكريّة والإعلاميّة، ودورنا الوطني، لايكتفي برفض الاحتلال فقط ، وإنمّا كشف أجنداته وأساليبه في تدمير العراق، أرضاً وإنساناً وحضارةً، من خلال تقنياته وأسلحته التدميريّة العسكرية والإعلاميّة.

كما لايفوتني، من باب العرفان والوفاء، ان أعترف بأن وجودي في دولة الامارات العربية المتحدة، وتجربتها الاقتصادية والإنسانية، ودخولها عصر الحكومية الإلكترونيّة، واقترابها من المجتمعات الرقمية الدوليّة المتطورة، منحتني الحافز على تسليط الضوء على مجتمعاتنا العربية الورقيّة، وأهمية استنهاض الأمة نحو تحرير العقل العربي بثورة تكنولوجيا المعلومات والإعلام، مثلما كانت تجربتي مع شبكة جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا منذ عام 2001، حيث منحتني الكثير من التجارب على الصعيد الأكاديمي والبحثي، والاهتمام بموضوع التقنيات الرقميّة، من خلال حرصها على الأخذ بتجربة الجامعة الرقميّة وتقنياتها ونظمها، في ضوء اهتمام المفكر العربي الدكتور سعيد عبد اللـه سلمان رئيس ومؤسس شبكة الجامعة، في عملية تحديثها وتطويرها والتفاعل مع العصر الرقمي.

وبأختصار، فأن الكتاب محاولة علميّة، لاتقترب الى العاطفة لتسيس الأفكار وتنميطها،وتضخيم الظواهر وأفتعالها، إنما هي استقراء الواقع الإعلامي عربياً ودولياً، والتنبيه لمخاطر يورانيوم الإعلام، وجرس إنذار لجميع العرب للاستفادة من العصر وثوراته المعلوماتيّة،وتجارب الدول المتقدمة في صناعة المعلومات وإدارة الأزمات الإعلاميّة،ومحاولة لتقديم ثقافة إعلإميّة معاصرة بموقف نقدي ينحاز للإنسان العربي ومشكلاته، ويستقرئ الحياة الجديدة ومتغيراتها.

و اللـه ولي التوفيق،،،،،،

المؤلف

يوليو- تموز 2006

الإمارات العربية المتحدة

الباب الأول
الإعلام والعصر الرقمي

الفصل الأول
عصر المجتمعات الرقميّة

تاريخيا، بدأت الحياة تدب في اوصال اوروبا في القرنين الرابع عشر و الخامس عشر، حيث شهدت تلك المرحلة اختراع المطبعة، فبدأ عصر الاتصال الجماهيري (او عصر المطبعة كما يسميه البعض). و قد جاء هذا العصر في اعقاب حقبتين معروفتين في تاريخ الاتصال: الاولى الحقبة الشفوية التي امتدت عبر آلاف السنين، و اعتمد فيها الانسان الذاكرة مرجعا و سندا و مخزنا للمعرفة، و توّجت في مرحلة منها بأختراع الابجدية على ايدي الكنعانيين و الفينيقيين. و مع تدوين كتب الحضارة الاغريقية، بدأت الحقبة الثانية مع مشارف ميلاد المسيح، و شهد عصر الكتابة انجازات علميّة و قيام حضارات قوية كالحضارة العربية الأسلاميّة. (1)

و مع بداية القرن السادس عشر كانت المطابع ذات الحروف المتحركة تطبع آلاف النسخ من الكتب المطبوعة على الورق بكافة اللغات الاوروبية. كما تطورت في القارة الاوروبية وفي انكلترا والعالم الجديد الصيغ والافكار الأساسية للصحيفة، كما تأسست صحافة المستعمرات. ثم ولدت بعد ذلك أول وسيلة جماهيرية حقيقية في منتصف ثلاثينات القرن التاسع عشر في مدينة نيويورك. اذ استطاعت هذه الصحافة الجماهيرية ان تحقق نجاحا كبيرا من حيث الانتشار بسبب تقنيات الطباعة السريعة.

ومع نهاية القرن التاسع عشر اتضح لرواد العلوم الاجتماعية ان وسائل الاتصال الجماهيرية الجديدة (الصحف و الكتب و المجلات) التي اتسع

استخدامها في المجتمع أخذت تأ ثر في حياة الفرد و المجتمع من الناحية الاجتماعية و النفسية ، مما ساعد على ظهور الدراسات والبحوث الإعلاميّة ذات الطابع الاجتماعي والنفسي، بعد ظهور النظريات الإعلامية التي بدأت بنظرية الرصاصة في مرحلة العشرينات والثلاثينات من القرن العشرين، ثم مرحلة نظرية الفروق الفردية، ونظريات آثار الوسيلة الإعلاميّة الجماهيرية المرتبطة بنشر المبتكرات، وقادة الرأي العام، ونظرية ثغرة المعرفة،وإنتهاءً بالنظريات الحديثة التي تؤكد على تكامليّة العوامل، بأعتبار الفرد جزء من أنظمة إجتماعيّة تقع تحت تأثير عوامل متعددّة منها الأجتماعي والنفسي والثقافي،إضافة الى عامل مهم هو قوة المعرفة في عصر المجتمع الرقمي، وتطور تكنولوجيا المعلومات والإتصال.

ويرى هورتن كولي C.H.Cooley عام 1909 بان هناك اربع عوامل تجعل الوسائل الجديدة اكثر فعالية من العمليات الاتصالية في المجتمعات الاقدم. فالوسائل الجديدة ذات فعالية أكبر فيما يتعلق بالآتي:

1- التعبيرية Expressiveness فهي تحمل مجموعة واسعة من الافكار والمشاعر.
2- تدوين الوثائق و السجلات او التغلب على الزمن.
3- السرعة Swiftness و التغلب على المسافة.
4- الانتشار Diffusion للوصول الى كافة الطبقات. (2)

ومنذ اواخر القرن العشرين بدأ العالم يدخل بقوّة للعيش في زمن آخر، وفي عصر آخر... إنّه العصر الرقمي بكل ما تحمله الكلمة من معنى ما زال غير واضح للكثيرين، فهناك الآن بيوت تتحدث للحاسبات،ومجلات تتحدث للتليفونات اللاسلكية،وسيارات تتحدث للإنترنت، وأصبحت المعلومة في متناول الجميع بعد أنْ كانت حكراً على بعض البشر، وغدا الكمبيوتر جزءاً أساسياً من متطلبات الحياة التي لا غنى عنها، وبدأنا نشهد تحولاً في وسائل التعليم وموضوعاته،

وبدخول الإنترنت والهاتف المحمول التغت المسافة أو كادت أنْ تلتغي، وتقارب الزمن حتى كاد أنْ يصبح واحداً، فلا زمان ولا مكان قادر أنْ يفصل الإنسان عن أخيه الإنسان، حتى أمسى العالم كله ليس قرية صغيرة كما كان شائعاً في العصر التكنولوجي، بل أصغر من حجرة صغيرة في بيت،بل يمكن القول إن العالم اصبح (كمبيوتر صغير).

ومن هذه الحقيقة المعرفية ولد الواقع الجديد: الواقع الافتراضي، وهو ليس بديلا عن الواقع الكلاسيكي بل هو عين الواقع، ذلك أنه واقع استطاع ولأول مرة في تاريخ البشرية من كسر حاجزي الزمان المكان .فإذا كان زمن نيوتن زمنيا جبريا وثابتا في كل مكان وزمان حسب قانون نيوتن الشهير من أن السرعة تساوي مقدار المسافة المقطوعة في زمن معين،وإذا كان زمن اينشتاين هو زمن متحرك يعتمد اعتمادا كليا على السرعة ولا يلغي عامل المسافة، بل يعترف به مقرا بعدم إمكانية إلغائه حين حدد السرعة القصوى التي لا يمكن تجاوزها بسرعة الضوء، فإن زمن الواقع الافتراضي (الزمن الرقمي) هو زمن متحرك يسعى للوصول إلى الثبات،إلى الواحدالمطلق .

وفي الزمن الرقمي هناك بعدان أو ركنان فقط هما السرعة والزمن، ويغيب بل ينتفي عامل المسافة، حيث المسافة نهاية تقترب من الصفر وحيث السرعة تساوي الزمن وحيث الزمن يساوي واحد، وحيث الرقمان الوحيدان الموجدين هما الصفر والواحد .

وقد ولد نتيجة للعصر الرقمي والزمن الرقمي مجتمع جديد هو المجتمع الرقمي، الذي يعيش ويتفاعل أفراده مع بعضهم البعض في الواقع الافتراضي. وفي هذا المجتمع هناك اقتصاد جديد هو الاقتصاد الرقمي، وهناك سياسة جديدة هي السياسة الرقمية، وحروب من نوع اخر،أ شد وأقسى هي الحروب الرقمية، وهناك ثقافة أخرى، وعلاقات إنسانية وعاطفية متشابكة ومختلفة كل الإختلاف عما يجري في العالم الواقعي،فعلى صعيد الاقتصاد مثلا، ولد مفهوم التجارة

الالكترونية، حيث أصبح بإمكان الناس أنْ يشتروا أي شيء يريدونه من أي مكان في العالم وفي أي وقت يشاءون عن طريق الإنترنت من دون مغادرة أماكن جلوسهم خلف الشاشة الزرقاء، وأصبح إنشاء الشركات وممارسة الأعمال لا يحتاج لأكثر من جهاز حاسوب واتصال بشبكة الإنترنت.

أما على صعيد التعليم فقد بدأت تظهر المدارس التخيلية التي ليس لها وجود مادي على أرض الواقع ولكنها موجودة فقط في اقراص الحاسبات العملاقة ومواقع شبكة الإنترنت ونظم معلومات التعليم المختلفة، بل إنّ المدرسة الحقيقية العادية أصبح لها وجه افتراضي إلى جانب وجهها الواقعي فهناك الآن أعداد كبيرة من المدارس والجامعات التي أنشأت لنفسها مواقع على الإنترنت تقدم خدمات تعليميّة دخلت في صميم المنهج الدراسي،وأصبحت من الأجزاء الأساسية المكونة له، فهناك دروس تبث عبر الشبكة وهناك مدرسون افتراضيون يمكن التوجه لهم بالأسئلة والدخول معهم في حوارات تفاعلية كاملة والأمر لم يتوقف على المدارس فقط بل وصل إلى الجامعات وخرج إلى دول العالم المختلفة، بحيث أصبحنا نرى الآن خريجين يحملون الشهادات الجامعية من جامعات موجودة في الخيال فقط. (3)

وخلال عقد الثمانيات من القرن العشرين ظهرت تكنولوجيا جديدة على نقل مواد الاتصال باستخدام الأسلوب الرقمي. ومن مميزات الاتصال الرقمي(igital commmunication) بالمقارنة بنظام الأتصال التماثلي(Analog communication):

1. يتخذ الاتصال الرقمي شكل الشبكة الرقميّة حيث تكون مراحل الأرسال والقناة والاستقبال عمليّة واحدة متكاملة. ولا تؤثر علية ظروف البيئة وأحوال الطقس مقارنة بالاتصال التماثلي.

2. يتسم نظام الأتصال الرقمي بالنشاط والقوة التي تجعل الاتصال مؤسساً ومصاناً كوحدة متكاملة عاليّة الجودة. حيث يكون الاتصال الرقمي فعالا في نقل

المعلومات الى مسافات بعيدة من خلال إستخدام الأ لياف الضوئيّة(Optical Fiber).
كما تكمن قـوة الأتصـال الرقمـي وقوتـه مـن خـلال عـدة ابعـاد مثـل مقاومـة التشـويش، ومقاومة التداخل في الحديث، وتصحيح الأخطاء الكترونيا...الخ.

3. تتسم الشبكة الرقميّة بقدر عال من الذكاء، بحيث يصّمم النظام الرقمي لكي يراتب تغير أوضاع القناة بصفة مستمرة ويصحّح مسارها.

4. المرونة، حيث تخضع النظم الرقميّة عادة للتحكم من جانب برنامج(Soft ware) بالحاسب الالكتروني.

5. الشمول، حيث يسـمح النظـام الرقمـي بنقـل البيانـات في شـكل نصـوص وصـوت وصورة ورسوم بقدر عال من الدقة .(4)

وقد ساعد على إبراز هذه السمات وتعميقها بروز عوامل مهمة أبرزها:

1. بدء استعمال الألياف البصرية التي تحمل كميات هائلة من المعلومات الرقميّة.

2. اكتشاف خاصية النقل اللاتزامني التي تسمح بنقل الرسائل بسرعة شديدة، خاصة الصور المتحركة.

3. الضغط الرقمي الذي يسمح بخفض المعـدلات المطلوبـة لبـث الصـور التلفزيونيـة بمقدار عشرة اضعاف.

4. التقدم الذي حققته الأقمار الصناعية في حمل المعدلات الرقمية العالية.(5)

وقد أدى تفجير المعلومات الى أحداث تعقيدات في طرق إيصال المعلومات وملاحقتها، وصاحب ذلك حاجة ً متزايدة إلى تنظيم المعلومات وتخزينها بأساليب تتيح استرجاعها بأقصى سرعة وفي أي مكان. وهذا ما أدى إلى ظهور علم جديد هو علم المعلومات الذي ارتبط بالثورة التكنولوجية واستفاد منها في عملية نقل المعلومات وتوفيرها، من خلال تكنولوجيا المعلومات التي تشمل:

1- االحاسبات الالكترونية التي تقوم بتجهيز المعلومات و اختزان كميات ضخمة فيها، واسترجاعها بسرعة ودقة وفاعلية.
2-وسائل الاتصالات التي تستطيع توزيع المعلومات وبثها بسرعة كبيرة لأشخاص مختلفين ومتعددين بصرف النظر عن الأماكن التي يقيمون فيها.
3-التصوير المصغر الذي يسمح بتصغير الأحجام المتضخمة من المعلومات في حيز ومساحة صغيرة جداً.

إن التقدم الذي حدث في تكنولوجيا المعلومات والاتصال Information Communication Technologies لم يكن يحدث لولا هذا الاندماج بين تكنولوجيا المعلومات التي أصبحت بفضل التحسينات التي زودتها بها الأنظمة الرقمية أكثر قدرة على النفاذ لأعداد متزايدة من الجمهور، وعلى معالجة كم أضخم من البيانات وبشكل سريع، والتي سمحت للبيانات المكتوبة والمسموعة والمسموعة المرئية أن يتم توصيلها إلى أي مكان في العالم، وبتكلفة اقتصادية يمكن تحملها.

وقد نجحت تكنولوجيا المعلومات، وربما لأول مرة، في تحقيق المعادلة الصعبة، ونعني بذلك نجاحها في أن تجمع بين الأكفأ والأعلى قدرة، وبين الأرخص والأكثر سهولة في الاستخدام حيث ارتفعت نظم المعلومات على جهات عدة من زيادة سرعة تنفيذ العمليات الحسابية و المنطقية إلى زيادة سعة التخزين للوسائط الالكترونية، ومن زيادة كفاءة ملحقات الطباعة وشاشات العرض ومولدات الصور، إلى زيادة امكانات لغات البرمجة الراقية التي تقترب رويداً رويداً من مرونة اللغات الإنسانية وقدرتها الفائقة على التعبير.في الوقت نفسه التي تتهاوى فيه كلفة تكنولوجيا المعلومات بصورة غير مسبوقة: كلفة الكمبيوتر وملحقاته، ومعدات الاتصال و إقامة شبكات الاتصالات، بل كلفة إطلاق الأقمار الصناعية أيضاً ، بعد أن دخلت الصين في حلبة المنافسة

العالمية. ولم يقتصر الأمر على انخفاض تكلفة اقتناء النظم الكونية و المعلومات ، بل زادت سهولة استخدامها حتى أصبحت في متناول الأطفال من محدودي التعليم .
وخيرشاهد على ذلك، سهولة استخدام شبكة الإنترنت التي تقترب حالياً من أن تصبح في سهولة استخدام جهاز التليفون أي الهاتف النقال. لقد تمكنت تكنولوجيا المعلومات من تحقيق تلك المعادلة الصعبة بفضل عدد محدود مما أسماها بعض الباحثين بـ(الأفكار الذهبية) ، وتأتي على رأس هذه القائمة الذهبية ، على مستوى تكنولوجيا المعلومات ككل ، فكرتان أساسيتان شديدتا الصلة ببعضهما ، ألا وهما التصغير المتناهي Miniaturization و الرقمنة Digitization.وقد أمسى الاتجاه المستمر والمتدفق نحو الاستخدام الآلي في إنجاز الأنشطة المختلفة للإنسان يبشر بمجتمع يعيش بلا ورق مطبوع أو مخطوط أو بعبارة أخرى يمهد لقيام مفهوم جديد للمجتمعات, وهو المجتمع اللاورقي (Paperless Society), أو المجتمع الرقمي (Digitations Society) أو مجتمع المعلومات (Information Society).

مجتمع المعلومات وإنتاج المعرفة:

وجد للمعلومات تعريفات فلسفيّة ومعرفيّة ودلاليّة و إجرائيّـة ورياضـيّة وإداريّـة, ولا أدل على مدى أهمية المعلومات من إطلاق وصف مجتمع المعلومـات InformationSociety عـلى مجتمع اليوم. فالمعلومات هي المورد الاستراتيجي في مجتمـع اليـوم, لا رأس المـال فقـط, وإنمـا إنتاج المعرفة الذي أصبح مفتاح الإنتاجية والمنافسـة والإنجـاز الاقتصـادي . ذلـك لأن الحصـول على المعلومة تتجه نحو المطلق في المدى, واللامتناهي في الخيارات لإتاحة توفير المعلومة في كـل وقت وفي أي مكان. وأن مفاتيح إدراك المعلومة في عصر المعلومات، تعامل المجتمع الواعي مـع عناصر التقنية العالية: الحوسبة، الاتصالات،والشبكات, والوسائط المتعددة. ولم يعد

تبادل المعلومة في عصر الوسائط مقتصراً على استقبال المعلومة ذاتها، بل تواصل الأفراد معاً بالصوت والصورة وحتى الوجود الافتراضي معا في ذات البيئة حيث أتاحت، مثلا ، الافتراض التخيلي أو الحقيقة الوهمية أو التخيليّة أو الافتراضيّة، أن ينتقل الإنسان إلى الوسط الذي يشاهد ويتفاعل مع عناصره أو أشخاصه.

و قد نبه لعملية التحول نحو مجتمع المعلومات المفكر توفلر (Toffler) في كتابه الثالث الموسوم تحول القوة (The power shift) الذي صدر في أوائل التسعينيات ، حيث أشار إلى قوة المعرفة، و الذكاء الإنساني، و الثورة المعلوماتية في معادلة القوة و السيطرة خلال القرن الواحد و العشرين.

ويمكن القول أن مجتمع المعلومات مفهوم يعني جميع الأنشطة و الموارد و التدابير و الممارسات المرتبطة بالمعلومات إنتاجا و نشرا و تنظيما و استثمارا. و يشمل إنتاج المعلومات أنشطة البحث على اختلاف مناهجها و تنوع مجالاتها، بالإضافة إلى الجهود و التطوير و الابتكار على اختلاف مستوياتها، كما يشمل أيضا الجهود الإبداعية و التأليف الموجه لخدمة الأهداف التعليمية و التثقيفية و التطبيقية.

كما يوجد الكثير من المفاهيم و التعاريف عن مجتمع المعلومات منها:

-المجتمع الذي يعمل معظم أفراده بإنتاج المعلومات أو جمعها أو اختزانها أو معالجتها أو توزيعها.

-المجتمع الذي يعتمد أساسا على المعلومات الوفيرة كمورد استثماري و كسلعة إستراتيجية و كخدمة، و كمصدر للدخل القومي، و كمجال للقوى العاملة.

-المجتمع الذي يعتمد في تطوره بصفة رئيسية على المعلومات و الحاسبات الآلية و شبكات الاتصال، أي الاعتماد على التكنولوجية الفكرية التي تضم سلعا و خدمات جديدة، مع التزايد المستمر للقوة العاملة للمعلوماتية التي تقوم

بإنتاج و تجهيز و معالجة و نشر و توزيع و تسويق هذه السلع و الخدمات.(6)

ونحن نميل إلى القول بأن مجتمع المعلومات هو (المجتمع الذي يعتمد في تطوره بصورة أساسية على المعلومات و شبكات الاتصال و ألحوا سيب، أي التقنية الفكرية التي تضم سلعا و خدمات جديدة، إضافة إلى التزايد المستمر في القوة العاملة المعلوماتية). و بمعنى آخر تعظيم شأن الفكر و العقل الإنساني بالحواسيب و الاتصال و الذكاء الاصطناعي Expert System. يضاف إلى ذلك إن فكرة مجتمع المعلومات تعني إن هذا المجتمع يعتمد على استخدام المعلومات، و ليس على إنتاج المعلومات فحسب. لأنه من الضروري توافر أساليب فنية مستحدثة تسمح للناس بصفة عامة و للباحثين بصفة خاصة بمسايرة و مواكبة النمو المتزايد في المعلومات.

إن التطور الكبير للمعلومات إنتاجاً و توزيعاً و استخداماً خلال السنوات الأخيرة من القرن الماضي، واستثمار تقنيات ألحواسيب والاتصال عن بعد و تقنيات المصغرات الفيلميّة و الليزريّة، أدى إلى أن تصبح المعلومات صناعة كبيرة يدخل في الدخل القومي للدول و اقتصادياتها.

و قد استخلص ويليام مارتين خمسة معايير له من خلال عدة دراسات حول مجتمع المعلومات قام بها باحثون أمريكيون و يابانيون وأوروبيون وهي:

1-المعيار التكنولوجي: تصبح تكنولوجيا المعلومات مصدر القوة الأساسية، و يحدث انتشار واسع لتطبيقات المعلومات في المكاتب و المصانع و التعليم و المنزل.

2-المعيار الاجتماعي: يتأكد دور المعلومات كوسيلة للارتقاء بمستوى المعيشة و ينتشر وعي الكمبيوتر و المعلومات، و يتاح للعامة و الخاصة معلومات على مستوى عال من الجودة.

3-المعيار الاقتصادي: تبرز المعلومات كعامل اقتصادي أساسي، سواء كمورد اقتصادي أو كخدمة أو سلعة ،وكمصدر للقيمة المضاعفة و كمصدر لخلق فرص جديدة للعمالة.

4-المعيار السياسي: تؤدي حرية المعلومات إلى تطوير و بلورة العملية السياسية وذلك من خلال مشاركة أكبر من قبل الجماهير وزيادة معدل إجماع الرأي.

5-المعيار الثقافي: الاعتراف بالقيم الثقافية للمعلومات (فاحترام الملكية الذهنية و الحرص على حرمة البيانات الشخصية و الصدق الإعلامي و الأمانة العلمية) وذلك من خلال ترويج هذه القيم من أجل الصالح القومي و صالح الأفراد على حد السواء. (7)

البيئة الرقمية لمجتمع المعلومات:

إن المجتمع الرقمي هو عبارة عن مجتمع حديث ومتطور نجم عن تبني ودخول تقنية المعلومات والاتصال إلى الحياة المنزلية وإلى مكان العمل ودخولها في المؤسسات التعليمية واستخدامها في وسائل الترفية والاستجمام. وقد أثرتالتقنية الرقمية الحديثة بشكل جذري على هوية وقيمة المعلومات، وبات من السهل اقتناء واختزال بل واختراق الأنساق المعلوماتية المختلفة،واصبح من الممكن تكسير الحواجز الأمنية التي تحمي المعلومة خصوصًا بشكلها الرقمي الجديد.

إن الإفراط في حجم المعلومات المتاحة يمثل مشكلة ليس بسبب كميتها الزائدة عن الحد وإنما لكونها بلا مضمون، وربما لا ينتبه الكثيرون لمثل ما توصل إليه جون براون مدير لأحد مراكز المعلومات ، إذ وضح أن التطور التاريخي لمصدر المعلومات في الماضي كانت الصحف اليومية وصفحات الكتب والإذاعات هي مصدر المعلومات الرئيسي، وكانت المعلومات موثوق فيها، أما

الآن فالثقة في المعلومات قلت مع خلوها من المضمون. والصورة الحالية لمصادر المعلومات تبني ذهناً مشوشاً ويجب أن نحدد معنى التطور التقني لتكنولوجيا المعلومات, فليست كل صور التكنولوجيا تؤدي إلى التطور. فقد بات الاهتمام بالحصول على المعلومة بصورة سريعة وسهلة أمرا جعلنا نضيق أفقنا بحيث أصبح كل ما نهتم به هو إرسال واستقبال المعلومة فقط، وإن التركيز الآن في تكنولوجيا المعلومات ينصب على فعالية المعلومات وسرعتها وليس على أهميتها، وهناك الكثير من الأدوات الفعالة مثل الهواتف الجوالة وماكينات البحث على الإنترنت والنسخ الإلكترونية من الصحف تثير قلق المتلقي لأنه يحصل على معلومة لا يثق في أمنها وسلامتها. (8)

إن المجتمع الرقمي يعكس صورة المجتمع ككل من حيث التقدم واستيعاب وتكامل التقنيات الرقمية في كل من المنزل والعمل والتعليم والترفيه وغيرها من الأنشطة . وخطط المجتمع الرقمي تشمل وتغطي البنية التحتية والاجراءات التنظيمية والتي تؤثر بشكل مباشر على اقتصاديات البلاد وعلى السكان مثل التعليم والإطار التنظيمي وتطوير قطاع تقنية المعلومات والاتصالات. وتقوم تقنية المعلومات والاتصالات بتغيير الاقتصاديات والمجتمعات في جميع أنحاء العالم ، كما تقوم بتحويل الأسلوب الذي تستخدمه الحكومات في تنفيذ أعمالها وخدمة مواطنيها. حيث يتحدد وضع دولة ما في العالم تبعا للفعالية التي تواجه بها الفرص التي يوفرها الانتقال إلى مجتمع رقمي والتحديات التي يفرضها هذا الانتقال.وهذا الانتقال لن يتحقق إلا عن طريق مدخل شامل ومتكامل، وذلك لأن كافة العناصر متصلة فيما بينها وتعتمد ببعضها على البعض. فعلى سبيل المثال ستصبح البنية التحتية لأكثر الحكومات الإلكترونية تقدما ذات قيمة ضعيفة إذا لم يملك المواطنون المهارات اللازمة أو الدافع الاقتصادي للحصول على الخدمات إلكترونياً، بينما يتسبب عدم كفاية دعم التشريعات للمعاملات الإلكترونية في عدم استخدام البنية التحتية للسداد الإلكتروني حيث تعتمد

معاملات الدفع الإلكتروني على الحماية التي توفرها هذه التشريعات في المقام الأول.(9)

وشهد العالم الرقمي إندماجات وتعاون مثمر في مجال الأتصال الرقمي وتطويره،والتقارب بين شركيات تقنيات الاتصالات والمعلومات ، وآخرها في منتصف عام 2006،عندما أعلنت كل من شركة(مايكروسوفت)و(نورتل)عن دخولهما في تحالف استراتيجي بناء على الرؤية المشتركة التي تجمع بين الشركتين حول تقنيات الاتصالات الموحدة.و يشمل هذا التحالف تعاون الشركتين في جميع المجالات التكنولوجية والتسويقية والتجارية، ويفتح أمامهما آفاقا جديدة من فرص النمو، حيث سيؤدي إلى إحداث تغيير جذري في أنظمة الاتصالات والتواصل التجارية، ويخفض من نفقات التشغيل ومستويات التعقيد، ويحسن من مستويات الإنتاجية لدى العملاء.ويؤدي هذا التحالف إلى الجمع بين شبكات نورتل وبين برمجيات مايكروسوفت، الأمر الذي سيؤدي بدوره إلى التعجيل بطرح أنظمة الاتصالات الموحدة في الأسواق مستقبلاً. وتقوم أنظمة الاتصالات الموحدة على مفهوم جديد في عالم التكنولوجيا يستفيد من أحدث التقنيات من أجل كسر الحواجز التي تقف اليوم بين أجهزة الاتصالات العصرية، وبين أنظمة الاتصالات المعتمدة على الشبكات كالبريد الإلكتروني، والرسائل الفورية والهواتف، وأنظمة المؤتمرات المعتمدة على الوسائط المتعددة، مما يسهل على المستخدمين الوصول إلى زملائهم وشركائهم وعملائهم باستخدام نفس الأجهزة والتطبيقات التي يستخدمونها بشكل يومي. وهذا ما أدى الى قيام الشركتين بأحداث تطوير جذري في الأنظمة الهاتفية التقليدية التي تعتمد عليها الشركات التجارية وتحويلها إلى الاعتماد على البرمجيات، من خلال منصة مايكروسوفت البرمجية للاتصالات الموحدة ومنتجات نورتل البرمجية، مما يوفر للعملاء المزيد من إمكانيات الاتصالات الهاتفية المتطورة. وهذا يؤدي الى تخفيض نفقات الامتلاك الكلية، وحماية

استثماراتها الحالية والمستقبلية بصورة أفضل. كما أنه سيمهد الطريق أمام تطوير تطبيقات أحدث وأكثر ابتكارا. وبشكل عام فأن هذه الخطوة ستؤدي بتسريع توفير أنظمة الاتصالات الموحدة تقوم على الأستخدام الأرقى والنفقات الأقل. وتوفر أنظمة عالية الجودة والاعتمادية في زمن قياسي،وأنظمة قادرة على تحمل المسؤولية والتعامل مع أكثر احتياجات الاتصال حساسية وأهمية.كما أعلنت (يه تي آي تكنولوجيز)أن شركة مايكروسوفت قد زودت أجهزة (إكس بوكس 360) ذات محركات الأقراص الرقمية عالية الدقة HD DVD بتقنية فك شفرة الفيديو H.264من (أيه تي آي تكنولوجيز) لتمكن المستخدمين من مشاهدة صورة صافية وحقيقية وفائقة الدقة عند تشغيل الأقراص الرقمية عالية الدقة. ومن المعروف أن هذه الأقراص الرقمية عالية الدقة يتم تشفيرها باستخدام واحدة من ثلاث منظومات معتمدة لتوفير دقة تصل إلى ستة أضعاف الدقة التي توفرها الأقراص الرقمية التقليدية. أما تقنية فك شفرة الفيديو H.264فقد صممتها شركة (أيه تي آي تكنولوجيز) انطلاقاً من تقنيتها الفائقة المعروفة باسم (أفيفو) واعتماداً على معرفتها المعمقة في الوسائط المتعددة لتوفر للمستخدمين من عشاق الألعاب الرقمية أو مشاهدة الأفلام الرقمية والمشاهدين العاديين على حد سواء صورة صافية ومثالية. وستضيف هذه الأقراص الرقمية عالية الدقة بعداً جديداً لمتعة مشاهدة الأفلام المنزلية.(10)

العرب والعالم:الفاعلون والخاملون

إن واقع الفجوة الرقمية في العالم ووضع البنية الأساسية لمجتمع المعلومات والإقتصاد الرقمي خاصة في الدول النامية يشير إلى الحقائق التالية(11):

- أكثر من 80% من سكان العالم لا يتصلون بالهاتف وبالطبع لا يستخدمون شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" أو البريد الالكتروني أو التجارة الالكترونية.
- يقدر عدد المشتركين في شبكة الانترنت حالياً بحوالي 2% من سكان العالم فقط رغم أن أعدادهم تتضاعف بسرعة غير مسبوقة.
- تستحوذ الدول المتقدمة التي تقطنها نحو 15% من سكان العالم على حوال 88% من مستخدمي الانترنت، بينما تبلغ نسبة المشتركين في الانترنت في دول جنوب أسيا التي تقطنها نحو 20% من سكان العالم ما نسبته 1% فقط.

أما في أفريقا التي يقطنها 12% من سكان العالم فإن عدد المشتركين يبلغ نحو مليون شخص وتمتلك 14 مليون خط هاتف (أي أقل من عدد الخطوط في مدينة طوكيو وحدها أو في حي مانهاتن في مدينة نيويورك) وتتركز 80% منها في 6 دول فقط في القارة الأفريقية.

- إرتفع عدد اجهزة الحاسوب المتصلة بشبكة الانترنت في العالم من مليون جهاز إلى 120 مليون جهاز خلال الفترة من1992م إلى 2003م.
- يتوقع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي وشركة IBM أن يبلغ عدد مستخدمي الانترنت في العالم حوال ملياري شخص في نهاية عام 2006م مقابل 50 مليون شخص عام 1996م و228 مليون شخص عام 1999م "مع استمرار وجود 3 مليارات شخص يعيشون بأقل من دولارين يومياً" ويشير برنامج الأمم المتحدة إلى أن حجم الاتصالات عبر الانترنت يتضاعف مرة كل ثلا ثة أشهر وأن التجارة الالكترونية تتضاعف 100% كل سنة.

- يوجد حالياً على شبكة المعلومات الدولية "الانترنت" أكثر من 15 مليار موقع شبكة تتضاعف بشكل متسارع.
- بلغ حجم المبادلات المالية والتجارة الالكترونية نحو 45 مليار دولار 1998م و23 تريليون دولار عام 1999م وارتفع إلى نحو 5 تريليونات دولار عام 2003م.
- يقدر حجم الانفاق على البنية المعلوماتية للفرد في دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية "OCED" بنحو 129 دولاراً سنوياً مقارنة مع 28 دولاراً في أمريكا اللاتينية والكاريبو و23 دولاراً في دول أوربا الشرقية وأسيا الوسطى و14 دولاراً في أسيا والباسفيك وأقل من 12 دولارً في أفريقيا جنوب الصحراء.

ويتبين من الحقائق ان فجوة المعلومات بين الدول النامية والدول المتقدمة آخذة في الاتساع، الأمر الذي يعد خطيرا كما اوضح جان جيبجون(Jean Jipuep) رئيس مجلة ادارة الاتحاد الدولي للإتصالات في قوله: اذا لم تصبح جميع دول العالم اطرافا فاعلة في الثورة العالميّة، فسوف تتسع الفجوة بين من يملكون ومن لايملكون، مما يفسح المجال لزيادة التهميش، وسوف تزيد هذه من احتمالات العزلة الثقافية والدينية والعرقية، التي تقضي بدورها الى صراعات اقليمية ومحلية.(12)

ويشير الواقع الميداني، والدراسات الميدانية البحثية، إلى وجود فجوة رقمية بين بلدان أدخلت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في ميادين العمل والحياة، وأغلبها في منطقة الخليج، وبلدان لازالت متعثرة في هذا المجال، وتشير دراسة حول تحديات تطور تكنولوجيا الاتصالات والإعلام في الوطن العربي إلى وجود خلل في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات والإعلام، وخاصة في مجال الإنترنت، حيث تم تصنيف الدول العربية إلى مجموعات ثلاث: مجموعة التطور السريع وتشمل الكويت والإمارات العربية المتحدة،

ومجموعة الدول الصاعدة وتشمل كلا من مصر والأردن ولبنان والسعودية، ومجموعة الدول السائرة في طريق النمو وتضم المغرب وعُمان وسوريا. وتتصدر الإمارات الدول العربية من حيث نسبة مستخدمي الإنترنت من بين سكانها حيث بلغت 29.9% ثم البحرين بنسبة 18.17% وقطر بنسبة 12.81%، والكويت بنسبة 11.29%، على حين يقف في آخر القائمة العراق بنسبة 0.08%، وقبله السودان بـ 0.10%. وبالرغم من أن تعداد الوطن العربي 170 مليون نسمة يشكلون 5% من مجموع سكان العالم، إلا أن نسبة مواطني هذه البلدان الذين استخدموا شبكة الانترنت لا يتعدى 1% فقط(13)

ووفقاً إلى مؤشر الجاهزية الرقمية لعام 2003م، الذي يعتبر مقياساً مقارناً لتقويم وضع البيئة الرقمية في كل دولة، والذي تضم قائمته 60 دولة، لم يتضمن إلاّ ثلاث دول عربية هي السعودية التي جاءت في المرتبة (45) ومصر في المرتبة (51) والجزائر في المرتبة 85. ووفقاً لما جاء في (نشرة ضمان الاستثمار) الصادرة عن المؤسسة العربية لضمان الاستثمار، فأن العوائق الاساسية التي تؤثر سلباً على الجاهزية الرقمية والتجارة الالكترونية ودرجة تقدمها أو تراجعها في الدولة هي:ضعف دور الحكومة، إنتشار الفقر، عدم الاستقرار الاقتصادي، عدم وجود حوافز لتشجيع التجارة الالكترونية، عدم ثقة المستهلكين في التسوق الالكتروني، ضعف تطبيق خدمات الشبكة الدولية للمعلومات وإرتفاع تكلفتها، وضعف درجة تحرير الاتصالات، كما أشارت النشرة إلى أن نسبة إنتشار الشبكة الدولية للمعلومات في الدول العربية ستصل حوال 67.0% من إجمالي السكان مقابل 7% في الولايات المتحدة الأمريكية و5% في أوربا الغربية، وجميع هذه الأرقام تطرح إشكالية حجم الخلل الهيكلي الذي تعاني منه الاقتصادات العربية التي تخلفت منفردة عن ركب الاقتصاد الجديد، وفشلت مجتمعة في بناء تكامل إقتصادي(14).

وتشيع الأن في الوطن العربي حالة ذات دلالة مختلفة تماماً من حيث إنتشار الاتصال الإعلامي والتفاعلات الثقافية والإتصالية عن طريق وسائل الاتصال والمعلومات الحديثة، وفي هذا السياق تعتبر الصحافة العربية والشبكات التلفزيونية العربية الفضائية، فضلاً عن الانترنت، أدوات هامة لخلق وتطوير الإدراك والتفاعل التكاملي العربي.

كما تشير دراسة عالمية إن العالم يغرق اليوم في بحور متلاطمة من المعلومات نتية الانتشار الواسع والمذهل لاستخدام الانترنت حيث يقدر العلماء أن 800 مليون ملعومة توجه لكل شخص سنوياً وأن معدل المعلومات الجديدة المؤكدة سنوياً في تزايد كبير جداً(15).

إن ظهور الإعلام الرقمي يعني بداية تحرير الإنسان من أجهزة التوجيه الإعلامي التي تسيطر على عقله، وهو تحرر مزدوج يشمل حرية الاتصال، وحرية الاستقبال. ومن مظاهر هذه الثورة الإعلامية:

1-تسهيل الحصول على المعلومات وهي لاتزال طرية من مصادرها المباشرة، فبمجرد نقره على شاشة الكمبيوتر ينتقل القارئ من موقع إلى موقع أينما أراد على وجه الأرض، ويقرأ أي موضوع يشاء بأي لغة يفهم، دون مصادرة أو قيود.

2-تسهيل إيصال المعلومات إلى الجمهور دون تحكم من الأنظمة المستبدة أو رجال المال المحتكرين لملكية وسائل الإعلام، وتوفير المعلومات الصحيحة هو أول خطوات التغير، وقد كان إحتكار أهل السلطة والثروة للمعلومات في الماضي من أهم الوسائل التي يحتمون بها.

3- التمكن من إيصال الرسالة الإعلامية بالشكل الذي يريده المرسل، دون تدخل موجه من أباطرة الإعلام، الذين إعتادوا التصرف في المعلومات التي تصلهم وصياغتها وإخراجها بالطريقة التي تخدمهم، على حساب المرسل الأصلي ورسالته.

4-رخص ثمن الاتصالات، بل ومجانيتها في أغلب الاحوال، مما يجعلها متاحة للجميع، ولا مجال لإحتكارها من طرف الحكومات القمعية أو الشركات الإحتكارية. ومن فوائد رخص ثمن الاتصالات وإنتشارها إشراك عامة الناس في المعلومات، وهي الخطوة الأولى لإتخاذ الموقف السياسي السليم.

والإتجاه الدولي المعاصر، هو سيطرة الإعلام الرقمي على الحياة وتغيير أنماط المشاهدة وعادات القراءة، حيث بدأ هذا الاعلام الرقمي يقضي على إعلام الورق (الصحف) وبدأ يضايق إعلام الصورة (التلفزيون) وهو مرشح للسيادة في المستقبل بسبب الميزات التالية:

1-أن الاعلام الالكتروني يعطي القارئ فرصة إطلاع أكبر من الناحية الكمية. ففي جلسة واحدة أمام الكمبيوتر يستطيع القارئ أن يطالع عشرات المصادر الإعلامية، من جميع أنحاء العالم، دون تكلفة مالية تذكر.

2-عطي للقارئ حرية الاختيار والانتقاء والمقارنة، من خلال الاطلاع على العديد من المصادر المختلفة الرؤى والخلفيات، مما يعني تحرير إدارة المتلقي في تعاطيه مع الوسيلة الاعلامية.

3-يمكّن من القراءة المتخصصة، بمعنى عدم استنزاف الوقت والجهد في تصفح الصحف بحثاَ في موضوع معين، أوبرنامج مخصوص في إحدى القنوات التلفزيونية، بل أصبح الانترنت، بوسائل البحث في ماته، يعطي الفرصة للاطلاع على الموضوع المراد في الوقت الذي نريده.

4-الرسالة الإعلامية في الإعلام الرقمي تتميز بالعالمية، بمعنى تجاوزها الحدود والقيود التقليدية التي تقيد وسائل الإعلام، بخلاف الانترنت فلا تحده حدود المكان، وهو مجاني أو شبه مجاني في العادة.(16)

و تحتكم الفجوة الرقمية كواقع حال قائم ، إلى مؤشرين أساسيين اثنين هما:

المؤشرالاول، ويتمثل في التردي العام الذي يطبع شبكات الاتصالات الهاتفية والتي هي المدخل الأساسي لمجتمع الإعلام والاتصال.فعلى الرغم من أن بعض

الدول العربية قد قطع شوطاً لا بأس به في تطوير بنيته التحتية في هـذا المجـال ولكـن تظل السمة العامة محصـورة في المـؤشرات الأدنى عـلى المسـتوى العـالمي فـلا يتجـاوز عـدد الخطوط الهاتفية في الدول العربية 109 خطوط لكل ألف نسـمة، في حـين تصـل في الـدول المتقدمة إلى 561 خطاً. فلدينا هاتف واحـد لكـل عشرـة مـن المـواطنين العـرب في حـين أن هناك خطأ واحد لكل 1.7 من المواطنين في الدول المتقدمة..

المؤشر الثاني، فيكمن في مرآب الحواسيب ومستوى الارتباط بشبكة الانترنت في المنطقة العربية عموماً وداخل كل دولة عربية على حدة. والثابت كما يقول تقرير التنمية الإنسانية العربية للسنة 2003، إن نسبة الحواسيب لكل 1000 نسمة لا يتعدى 18 حاسوباً قياساً إلى المتوسط العالمي الذي يناهز 80 حاسوباً لكل ألف شخص.

وهناك إذاً في المحصلة النهائية فجوة رقمية كبرى بين الدول الصناعية وبين الدول العربية فيما يخص واقع حال الشبكة الهاتفية، كما واقع حال مرآب الحواسيب، كما مستويات الارتباط بشبكة الانترنت، وبالتالي فنحن في داخل الدولة العربية الواحدة إزاء ليس فجوة تقنية في ما بين الفضاءات والمجالات الجغرافية فقط،، ولا إزاء فجوة في التجهيز (للمقاولات وللأفراد) فقط،، بل وبالاساس إزاء هوة بنيوية كبرى تنهل في متبعها من فجوات اقتصادية واجتماعية وثقافية استتب أمرها لدرجة يستعصى معها التحليل .(17)

وهناك صعوبات لتطوير المعلوماتيّة في الوطن العربي أبرزها:

1-التمويل غير الكافي لبحوث الاتصالات والمعلوماتية، فقد أدى غياب التمويل الكافي لصناعة البرمجيات إلى الاعتماد المتزايد على الخبراء الأجانب وهو ما جعل قطاع المعلوماتية العربي يشارك بـ 0.5 % في الدخل القومي العربي الإجمالي. وتعتبر الدول العربية مستورداً صافيا لتكنولوجيا الاتصالات والمعلوماتية.

2-البطء في صنع قواعد قانونية جديدة للاتصالات، ففي كثير من الدول العربية يوجد اتجاه لتعديل قوانين الاتصالات بسبب الضغوط المرتبطة بشروط الالتحاق بمنظمة التجارة العالمية WTO، وللتقدم في عملية الخصصة. غير أن إصدار قوانين تتناسب مع متطلبات المعلوماتية مازال يتسم بالبطء الشديد، ونظراً لعدم وجود قوى اجتماعية تستفيد من هذه التعديلات، فإن الضغوط على الحكومات العربية تأتي غالباً من البيئة الدولية، وهو ما يمكن الالتفاف عليها لبعض الوقت.

3-الفقر الرقمي، فبينما يوجد تطور معتدل في الوصول إلى الانترنت في بعض الدول العربية، فأن غالبية المجتمعات العربية تعاني من نفص الخدمة وتدهورها. ويذكر ان مجمل الشبكات الموصلة في العالم العربي تعادل 500 كابل فقط في الولايات المتحدة. ويرتبط بذلك أنه لا يوجد اتصال مباشر أو متبادل بين مزودي الخدمة العرب، وهو ما يصعّب التجارة الالكترونية العربية البينية. ويزيد من حدة المشكلة أنه لا توجد مبادرة عربية لحل هذه المشكلة . ومن ثم فإن الغالبية من الدول ترتبط بظهير عالمي مما يزيد من تكلفة الاتصال بين الدول العربية وبعضها.

4-ضعف إمكانات المعلوماتية والاتصال محلياً، فمعظم أدوات المعلوماتية مستوردة من الخارج، ولا توجد مبادرة عربية كبرى للتعامل مع هذه المعضلة، التي تؤثر بدورها على صناعة البرمجيات العربية من حيث الاعتماد الكلي على لغات البرمجة العالمية. يضاف إلى ذلك نقص الأيدي الماهرة والمدربة القادرة على التعامل مع تلك البرمجيات، بالاضافة إلى ضعف مستوى التعليم وضعف التمويل الحكومي أو فشله في جذب استثمارات أجنبية.

5-هامشية السياق اللغوي المحلي، وبما يقود إلى حالة عجز عربي عن التلاؤم مع ضرورات ومستحدثات المعلوماتي والتجارة الألكترونية، فعلى الرغم من أن هناك 300 مليون عربي يتحدثون العربية بما يجعل العربية اللغة

السادسة في العالم من حيث عـدد المتحـدثين بهـا، إلا أن عـدد مواقـع الشـبكة الدوليـة للمعلومات باللغة العربية لا يزيد عن 1% فقط من كل مواقع الشبكة حسب بيانات سنة 2001، وربما تحسن الوضع قليلاً في السنوات التالية.(18)

الهوامش

1-الفين توفلر، تحول السلطة (الجزء الثاني)، ترجمة لبنى الزيدي، الهيئة المصرية العامة لكتاب, القاهرة 1996, صفحة 164.

2-M.Defleur.Theories of Communication. New York: McKay Co.Inc.1970.p.115.
David

3- http://www.arab-ewriters.com/?action=diglit

4. الدكتور حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 1993.ص151-153

5. مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ثورة المعلومات والاتصالات وتاثيرها في الدولة والمجتمع بالعالم العربي، ابوظبي 1998،ص155

6- مركز الإمارات للدراسات والبحوث, هكذا يصنع المستقبل, مجموعة كتاب، أبو ظبي 2001. ص 155-166.

7- The Global Information Technology Report , Readiness for the Networked society , World Economic , Infodev . 2002 – 2003 Forum ,

8- أنظر: موقع- http://www.al-jazirah.com.sa/digimag/18072004/nn14.htm سناء عيسى،

9-http://www.omanet.om/arabic/misc/egov10.asp

10- وكالات الأنباء، صحيفة الخليج بتاريخ 2006/7/21

11-عادل عبد العزيز الفكي، اهمية المعلومات في الدولة الحديثة،أنظر موقع:

www.sudantv.tv/darfurpeace/mga113.htm

12. مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ثورة المعلومات والاتصالات وتاثيرها في الدولة والمجتمع بالعالم العربي، ابوظبي 1998. ص9

13-محمد شريف، موقع www.swississinfo.org.

14- أنظر للتفاصيل :التقرير الاستراتيجي، حالة المعلومات في العالم، مركز الأهرام، القاهرة 2001.

15-صحيفة الزمان، بتاريخ 2004/3/16م.

16-الجزيرة نت، الانترنت.. ثورة الفقراء في عصر التواصل، بتاريخ 2005/4/7، موقع www.aljazeera.net

17-د.يحيى اليحياوي، الفجوة الرقميّة في الوطن العربي-محاولة في خلفياتها والتبعات، مجلة حوار العرب، أكتوبر(تشرين الأول)، الجزائر2005 ص30-35

18-التقرير الإستراتيجي العربي، حالة المعلوماتيّة في العالم، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية،أنظرموقع: www.acpss.ahram.org.eg

الفصل الثاني

مستقبل الإعلام الرقمي

هناك بون شاسع بين ثقافة الاتصال الالكتروني التي بدأت تتشكل ملامحها في نهاية القرن التاسع عشر مع اختراع الهاتف و الاذاعة، و ثقافة الاتصال الحديثة المستخدمة في نهاية القرن العشرين. من هنا يمكننا التفريق بين نوعين، أو جيلين، لوسائل الاعلام الالكترونية .

النوع الاول القديم و التقليدي، و يتألف من وسائل الاعلام التقليدية مثل الاذاعة و السينما و التلفزيون، و النوع الثاني الحديث، الذي يتألف من الجيل الجديد من وسائل الاعلام الحديثة، كالتلفزيون السلكي او الفيديوتكس.

و يتميز عصور الاتصال السابقة – الاتصال الشفوي و الكتابة و الطباعة- بأن المرسل فيها يتكون من فئة محددة من الناس تعمل حول قناة (اذاعة او تلفزيون مثلا)، و تتصف بالابداع و المعرفة، و تعمل في مؤسسة، و تقوم على ارسال انواع مختلفة من الرسائل الاعلامية التي لها جمهور كبير عبر هذه القناة.اما ثقافة الاتصال الالكترونية الحديثة فتقوم على استخدام(الترانسيستور) ورقائق السيلكون (semi conductor chips) صاحبة الذاكرة الالكترونية التي تستطيع أن تختزن الكثير من المعلومات.

و على هذا الاساس يمكن تعريف مفهوم الاتصال التقليدي بأنه عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الاعلام الجماهيرية الى عدد كبير من الجمهور متباين الاتجاهات و المستويات و لأفراد غير معروفين للقيام بالإتصال من خلال استخدامهم معدات ميكانيكية او الكترونية.

ومع تفجر المعرفة والثورات المعلوماتية والاتصالية بدأت الجهات التي تملك ادوات الاعلام ووسائل انتاج المواد الاعلامية كالغرب وفي مقدمته اميركا (تحتكر) الاعلام مما أفسح المجال (للتدفق والإغراق الاعلامي) باتجاه واحد ،حيث أصبح العالم الأول معه مرسِلاً والعالم الثالث مستقبِلاً وهذا بدوره حرر الإعلام الغربي الحديث من عمليات البث الفوري الشامل والصفة الإغراقية مع مطلع القرن الجديد ،وحصر نفسه بالنقل الموضوعي المحايد للأخبار بل أصبح ينقل المواد ذات المحتوى الدعائي السياسي فاتسم بالقصدية حيث شرعت تلك الجهات بإشاعة وترويج ثقافتها وقيمها ونظمها بذريعة عولمة الإعلام.(1)

مجتمع الغد والظاهرة الرقميّة

منذ عقدين من الزمن ، تحول العالم من مجتمعات مبنية على المواد الأولية والاستخراجية إلى مجتمعات صناعية أو زراعية أو فلاحية أو وحديثة بلغة الفلاسفة إلى مجتمعات مبنية على الإنتاج المعرفي وإنتاج المعطيات والبيانات، أي هناك تحول تدريجي للمجتمعات المتقدمة بالأساس نحو هذا المجتمع المبني على المعرفة والمعلومات والمعطيات وتداول الخبرات . الخ

ومع تطور تكنولوجيا المعلومات ووسائل الاعلام السمعية والبصرية والأقمار الصناعية والصورة الالكترونية وأجهزة الاتصال الحديثة،أصبح الانسان يتلقى المعلومة التي تؤثر عليه بكل لحظة ومن كل مكان في العالم حتى وصفت بعض الحروب الحديثة بأنها (أول حرب متلفزة في التاريخ البشري) يتم نقلها ببث حي ومباشر وبالصوت والصورة فوراً وإلى كل موقع على خارطة الكرة الارضية.

إن تكنولوجيا الإعلام ،هي عملية مرتبطة بالوسيط أو في خطاب علم الاجتماع تسمى الإعلام الجماهيري، كأقمار صناعية وفضائيات وكوابل تحت الأرض .. الخ. وتكنولوجيا المعلومات، هي المرتبطة بالمعلوماتيّة ،حيث تشتغل

على قطاع المعلومات تكنولوجيا الاتصال ،التي تكمن في نقل المعلومات من النقطة A إلى النقطة B من خلال التبديل وأجهزة الكوابل والتحويل .. الخ ، وهذه القطاعات الثلاث كانت إلى حين 1980 أو 1982 متمايزة ، فكنا نميز بين ما هو تلفزيون ومعلوميّات ،وبين ما هو اتصالات ، لأنهم لم تكن لهم لغة مشتركة ،وعندما لا تكون اللغة مشتركة يصعب التواصل بين الإنسان فما بالك بالأدوات .وفي بداية الثمانينات تم وضع تقنية جديدة رقمية عبارة عن مجموعة متسلسلة من 0 ، 1 تترجم كل الخطابات ،مكتوب أو مرئي أو مسموع،إلى سلسلة من البثات يسهل على الحاسوب قراءتها والتواصل مع الحواسيب الأخرى،وهذه التقنية مكنت من القطاعات أن تتوحد، ومكنت المهن الإعلامية أن تتوحد بدليل أن القمر الصناعي الذي يدور فوق الأرض في الأصل كان خاص بالاتصالات ،واليوم لازال خاص بالاتصالات لكنه اليوم يمرّر الصورة، ويمرر للمعطي، إذا نحن بإزاء توحيد قطاع كان فيما مضى- موزع على ثلاث قطاعات ، وهذا التوحيد للقطاعات من قطاع صغير إلى قطاع كبير افرز أيضا خطابات جديدة من قبيل مجتمع المعلومات .وفي الغرب هناك أطروحات تبين أن المجتمعات الناشئة ستكون مجتمعات شبكية ، أي إن الناس تشتغل إدارة إلكترونية، وإلكترونيات ،وجامعات إلكترونية، لدرجة أن المجتمع في نهاية المطاف سيكون مجتمع إلكتروني أو مجتمع شبكي .(2)

ويقوم تقدم وسائل اعلام المستقبل، في جوهره، على تقنية اساسية هي الترقيم، ففي الاجهزة التقليدية، الموسومة بالتناظرية، كانت تنقل الاشارات (الاذاعية التلفزيونية...الخ) في صورة موجات كهربائية متصلة. بينما نظام الترقيم يقوم على ترميز الاشارات مثل متواليات عدديّة، هي ذاتها ممثلة غالباً في نظام ثنائي بمجموعتي صفر وواحد. وهكذا صارت الاشارة مسجلا ذا طبيعة اعلاميّة ،وفوائد الترقيم عظيمة، فهي تتعلق بنقل المعلوماتية ومعالجتها معا، كما ان فوائده في معالجة الاشارة ايضا.(3)

وهناك حقيقة واحدة تبقى امام المستقبل، وهو ان مجتمع الغد لن ينبثق من النزاع بين الطبقات والدول كما كان يريده ماركس والداروينّيون، ولا من النزاع بين الأنواع التكنولوجية، كما كان يظن ماكلوهان بل سيكون هذا المجتمع على صورة شبكات التبادليّة الاجتماعيّة، التي تضمن تعددية التبادل بين الناس والثقافات، وهو آخر ملجأ لإرادتهم في الحياة (4).

فالحاجة الى المعلومات عن الافراد ليس هدفا بحد ذاته، فهي تنتج من حاجات اساسية أكثر، اما تكون ضمن العقل البشري، وأما تنشا من الحياة في المجتمع، وهذه الحاجات هي:

- الحصول على العلم والثقافة.
- الأمن.
- الحاجة الى الترفيه. (5)

ان الاعلام اليوم، شأن اية سلعة صناعية، ينتج ويخّزن ويحّول وينقّل ويوزع على طول سلسلة اعلامية.و يمكن انتاج المعلومة على ثلاثة انواع من المرتكزات: الصوت (محادثات صوتية، بث اذاعي، تسجيلات، والمعطيات (نصوص، جداول ارقام رموز) والصور (افلام، فيديو، صور عددية) (6). بمعنى إن مجتمع المعلومات لم يولد على يد تكنولوجية الأتصال وحدها، ولا على تكنولوجيا الحاسبات الالكترونية وحدها، ولكن ولد بالمزاوجة بين هذه التكنولوجية وتلك . حيث يمرالعالم اليوم بمرحلة تكنولوجية معلوماتية واتصالية تتسم بسمة أساسية هي المزج بين أكثر من تكنولوجيا تمتلكها أكثر من وسيلة، ويطلق عليها مرحلة الاتصال متعدد الوسائط ،التكنولوجية التفاعلية ، تكنولوجيا الوسائط المهجنة.

ويتوقع أثناء المرحلة الانتقالية أن تسود ظاهرتا الاندماج والتركيز Consolidation and Focus حيث تشير التوقعات الى معدلات نمو تصل إلى 9.2 في المائة سنوياً حتى عام 2006) وستكون قاطرة النمو تطبيقات

الحزم العريضة **Broadband Application** وتطبيقات الجيل الثالث من الهاتف المحمول على وجه التحديد . وكما اندمجت قطاعات البريد والبرق والهاتف معا لتشكل قطاعاً واحداً، واندمجت برمجيات الحاسوب والاتصال معا لتولد قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، يتوقع في المستقبل القريب أن يندمج قطاعات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإعلام ليشكلا قطاع تكنولوجيا الاتصالات والإعلام والمعلومات IMCT(7)

وبالتالي فأن هذه التقنيات هي الأدوات التقنية المحملة دائما بمنظومة قيم التي تكمن في تجميع المعلومات وتخزينها واستغلالها وإعادة استغلالها ، وتوزيعها على نطاق واسع ، كتكنولوجيا الإعلام والاتصال التي وظيفتها في الأساس تجميع المعلومات ، وتخزين المعلومات ، وإعادة استخراج المعلومات وتوزيعها من خلال الشبكات واستهلاكها في نهاية المطاف .

ومثلما تقوم الاعصاب بنقل المعلومات ومعالجتها على المستوى البشري، فان نقل البيانات عن طريق الاقمار الصناعية وتقنيات الكابل والحاسوب التي تقوم بمعالجة المعلومات تمثل جهازاً عصبياً هائلاً على المستوى العالمي. واليوم اصبحت الأدمغة البشرية مترابطة بعضها مع بعض من خلال البنيّة الأساسية المعلوماتيّة الضخمة

وتفترض التوجهات الحالية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ظهور احد التصورات التالية لبيئة الاتصال في القرن الواحد والعشرين:

1. تكريس العزلة والتفتت الجماهيري، ويتبنى هذا التصور على انتشار خدمات الاتصال الفردية، واقبال الافراد المتزايد على امتلاك هذه الخدمات، وميل الافراد الى الانفراد.

2. تكريس الهيمنة والإندماج لوسائل الاتصال من خلال ميل وسائل الاتصال الجماهيري الى التركيز في كيانات ضخمة .(8).

ويرى مارك هانس مؤلف كتاب (فلسفة جديدة لإعلام جديد) في تحليله للتفاعل بين المتلقي ووسائل الإعلام الرقميّة، بأنه في عصر الإعلام التفاعلي(Interactive media) أضحت الصورة في ذاتها(عمليّة) مرتبطة بالنشاط الجسدي، حيث يصبح الجسد الانساني(فلترا) يؤطر الصورة الرقميّة.(9).

وطرحت الإنترنت تحديات تنافسية، ولكنها وفرت أيضاً فرصاً للقطاع الإذاعي بالراديو والتلفزيون، فقد أشارت الأبحاث إلى أن بعض الناس يستخدمون الإنترنت ويشاهدون البرامج التلفزيونية في نفس الوقت. كما تستطيع محطات التلفزيون أن تروج لبرامجها من خلال إصدار نشرات أخبار ومعلومات عن برامجها على الإنترنت، كما تستطيع محطات الإذاعة (الراديو) المحلية تقديم برامجها في أي مكان تقريباً في العالم من خلال الربط بالإنترنت. وفي حين يُمكن لمحطات الإذاعة والتلفزيون توجيه مستمعيها إلى مواقع إنترنت مصاحبة لها للحصول على تغطية مفصلة أكثر للأخبار، إلا أنها وجدت أن توجيه مستعملي شبكة الإنترنت إلى البرامج الإخبارية أكثر صعوبة .إلا أن وسائل الإعلام الإذاعية (من راديو وتلفزيون) عثرت على تكنولوجيا مبتكرة لتحسين إعداد تقارير الأنباء. فقد أصبحت برامج الأخبار التفزيونية تتضمن رسوماً بيانية جديدة واقعية، خاصة الرسوم البيانية المتحركة الخاصة بالأحوال الجوية التي تتكهن بالمسار الذي ستسلكه العواصف المتحركة نحو المنطقة. وأصبحت التقارير المباشرة الفضائية تأتي من كل مكان، حتى من على متن حاملات الطائرات أو القوافل العسكرية التي تجتاز إحدى الصحاري. ولأول مرة في التاريخ، شاهد المواطنون العاديون الحرب في دول أخرى أثناء وقوعها وتطور أحداثها. وقدم المراسلون الذين تم دمجهم مع القوات المسلحة في الحرب العراقية الأخيرة تقارير شخصية عبر المفكرات الشخصية المدونة على الإنترنت (البلوغز) ،علاوة على تقاريرهم الإذاعية المنتظمة، فحافظت بذلك

الأخبار على قدرتها على اجتذاب المشاهدين وعلى ربحيتها. كما يستمر في هذه الأثناء تزايد عدد الإذاعات الفضائية كبديل عن الإذاعات التجارية، كما تواجه محطات الإذاعة التجارية منافسة إضافية من أجهزة "الآي بود" ومن أجهزة رقمية مماثلة تسمح بالتنقل من مكان إلى آخر أثناء الاستماع إلى الموسيقى في الوقت الملائم للمستمع.

مستقبل الصحافة الألكترونية

ظهرت العديد من ألأفكار بخصوص وسائل الأتصال الرقميّة وتأثيراتها على وسائل الإعلام التقليديّة، ومنها بروز ظاهرة الصحافة الإلكترونية، والإعلان الألكتروني،حيث يربإمبراطور الإعلام روبرت ميردوخ إنه يقف أمام فجر العصر الذهبي للمعلومات ، بل إمبراطورية المعلومات الجديدة، و(إن الشركات الاعلامية التي تتوقع من ماضيها المزدهر ان يحميها من التيار الالكتروني الجارف ستندثر وتختفي عما قريب، ومن الصعب والخطورة الاستخفاف بالتغيرات الضخمة التي تقودها هذه الثورة التكنولوجية، وقدرتها على بناء او تدمير دول بأكملها وليس شركات فقط). ووصف الانترنت بأنها ثاني أهم اختراع في العصر. وربط اهتمامه بالثورة الرقمية الجديدة بشعار: "تغير أو اندثر" والذي وجهه لكافة المؤسسات الاعلامية ذات اللون الواحد، وقال "إن خطر زوال تأثير المؤسسات الاعلامية التقليدية امام الاسلوب الجديد في صناعة المعلومات يهدد مؤسساتي ايضا، وكذلك عالم الأعمال بالمعنى الأوسع"،ويذكر أن ميردوخ أنفق ما يعادل 400 مليون دولار في موقع www.MySpace.com الذي يتابعه أكثر من 35 مليون متصفح من جهتي المحيط الاطلسي.

وأشار تقرير صدر مؤخرا في واشنطن تحت عنوان "حالة وسائل الإعلام الإخبارية عام 2006" شارك في إعداده عدد من معاهد ومراكز الأبحاث المعنية بشؤون الإعلام في الولايات المتحدة أن العام 2005 سجل "بداية موت الصحافة

الورقية" في ظل التقليصات التي شهدتها كبرى الجرائد الأميركية كـ"نيويورك تايمز" التي استغنت عن 60 بالمئة من محرريها و"لوس انجلس تايمز"، بالإضافة الى إعلان مجموعة "نايت رايدر"، التي تتولى نشر 30 صحيفة أميركية، حيث تعاني من مشاكل مادية أدى الى طرح أسهمها للبيع.

أكاديميا، أصبحت "الصحافة الاكترونية" مادة تدرس ضمن تخصص الصحافة والإعلام في الجامعات الغربية لمواكبة تطور صناعة الإعلام وحاجة السوق الذي يتجه أكثر فأكثر نحو التسويق الاكتروني.وإقتصاديا، تعتبر الصحافة الالكترونية، الأرضية الخصبة الجديدة لسوق الإعلان الذي يرتبط بالإعلام وفق علاقة متداخلة تعود إلى بدء التعامل مع الإعلام كسوق وصناعة .

ومنذ منتصف الثمانينيات نالت التغييرات الأساسية الخطيرة على الإعلام نصيبها من الإنفاق الإعلاني في المؤسسات الصحفية التي مثلها ظهور البريد المباشر ودليل الأوراق الصفراء وشركات الاتصال، وكان أشدها على الإطلاق الإنترنت بما مثلته نسب استخدامه الإعلاني من معدلات عالية كارتفاعها من عام 1998م إلى عام 1999م بزيادة نسبتها 141% مؤذنة بتفوق وشيك . وتحتل تكنولوجيا التفاعل (interactivity) الدور الأبرز في تسويق الإعلان ، والى إحتمال موت الإعلان التقليدي، والسبب يعود الى إيجابية تكنولوجيا التفاعل الرقمية (التلفزيون، الراديو ، الإنترنت... إلخ) في التعامل مع الإعلان، والاستحواذ عليه للأسباب التاليّة :

1ـ إعطاء العميل المعلومات الضرورية التي تهمه عن السلعة أو الخدمة المعلن عنها. 2ـ استمرارية الاتصال حيث لا تنتهي مهمة الإعلان بمجرد قيام العميل بشراء المنتج .

3ـ الانتشار السريع لتحقيق أكبر قدر من الاختراق الإعلاني (بخاصة الإنترنت).

4ـ الترفيه .

ويجيء التهديد في اختراق الإنترنت للإعلان من أبرز مخاوف العاملين في وسائل الإعلام التقليدية، ولا سيما مع توفير العديد من شركات الإنترنت لخدمات البريد الإلكتروني والمعلومات والأخبار والترفيه، وخدمات التسوّق المنزلي والأدلة السياحية وأسعار الأسهم وأحوال الطقس وغيرها.

وشهدت السنوات الماضية القليلة تقدما ملموسا في توسع حركة النشر الاكتروني عربيا رغم التحفظات او المخاوف التي يقف عندها الناشرون العرب،

كما شهد الإعلان العربي عمليات انتقال وإعادة انتشار بين مصر ولبنان والإمارات، وتحولات كبرى ومهمة مع تطور وسائل الاتصال المختلفة مثل التليفونات الجوالة (الموبايل) والبريد الالكتروني، وتعتبر دبي اليوم مركزا إقليميا للإعلان الخليجي أساسا ثم العربي، وقد بدأت العمل فيها عشرات الوكالات الدولية للإعلان.(10)

وتشير تجربةالولايا ت المتحدة الآمريكية على تنامي تطور صحافة الانترنت في هذا المجال. وحسب تقديرات صدرت مؤخرا عن «اتحاد صحف أميركا» فإن الانفاق على الصحافة المطبوعة زاد خلال أول ثلاثة أشهر من عام 2006 بمقدار 0.3% ليبلغ 10.5 مليار دولار، مقارنة بنفس الفترة من السنة الماضية. بينما زاد إنفاق الإعلانات لنفس الفترة على صحافة الانترنت بمعدل 35%. لكن الأرقام تظل صغيرة مقارنة بالصحافة المطبوعة: فالربع الاول من عام 2006 أنتج 613 مليون دولار عبر الاعلان على الانترنت، مقارنة بمبلغ 454 مليون دولار للفترة نفسها من السنة الماضية. لكنه نمو ظل يتحقق لثمانية أرباع السنة للاعلانات التجارية عبر الانترنت حسب هذه المنظمة. وهذا التزايد يبين أن الصحف بدأت تتعلم كيف تستثمر حقل الاعلانات عبر الانترنت مع تناقص توزيع الصحف المطبوعة. وأوضح مكتب «أي بي سي» الإحصائي إن عدد النسخ المباعة خلال الستة أشهر الأخيرة انخفض بمعدل 2.5% ليصل إلى 45.5 مليون نسخة خلال تلك الفترة من السنة الماضية. وهناك إتجاه بدأ

يتبلور وهو إن الحقل الصحافي بدأ باستثمار مجال الانترنت، وحسب تقرير صدر عن «مكتب الاعلان التفاعلي» وصل الدخل عن الإعلانات التجارية رقما قياسيا هو 3.0 مليار دولار خلال الأشهر الثلاثة الأولى من عام 2006. وتحتل الإعلانات المبوبة حاليا نسبة 60 إلى 70% من الإعلانات التجارية على الانترنت لصالح الصحف .وبدأت الصحف بجني الفوائد مع تزايد مواقعها على الويب. وكلما زاد عاد الزوار زاد سعر الإعلانات. ومع استمرار هذا التحول يستمر التزايد في الأرباح. وبشكل عام، يشكل دخل الصحف اليوم من الإعلانات التجارية، حوالي 75 إلى 80% من الدخل الكلي. ويقدر الإعلان التجاري عبر الانترنت 6.5% من الدخل الكلي الذي يدخل للصحافة عن طريق الإعلانات في عام 2006، وهذا بزيادة 5% عن السنة الماضية. وإن الاعلان التجاري عبر الانترنت للصحف أصبح مربحاَ جدا . (11)

والنشر الالكتروني، حدث هام، بدأ عبر برمجيات مرتفعة الثمن استطاعت قلة من مؤسسات الإعلام الكبيرة امتلاكه إلى أن ظهرت برمجيات مجانية تؤمن برمجيات مجانية تمكن الجميع من إيجاد مواقعهم المعتمدة على أنظمة إدارة المحتوى Content – (Management Systemsحيث انطلقت مئات آلاف المواقع الشبابية الخاصة ومواقع التجمعات الصغيرة بشكل لم يسبق له مثيل من قبل على الانترنت ،وانقلب مفهوم الصفحات الجامدة للانترنت إلى أشكال من التفاعل المتبادل الغير مسبوق من قبل على مستوى الكرة الأرضية،حيث يتبادل فيها مليارات البشر الآراء والمعلومات والأخبار بأساليب متعددة معتمده بمعظمها على تقنيات نشر على الانترنت طرحت مجاناً من قبل مطورين شباب وفق أنظمة المصادر المفتوحة (Open Source) للاستخدام والتطوير المستمر . وتعابير مثل " الجريدة الالكترونية" أو " المنتديات" وحتى " المواقع الشخصية" أصبحت مألوفة ولكن لم يتصور أحد من مستخدميها أو من صانعيها أنها ستكون نواة لثورة شبابية عالمية على أساليب إعلامية خاصة أم حكومية

حصرت فيها الإعلام و تبـادل المعلومـات، فتبـادل المعلومـات أصـبح ملكـاً للشـباب العالمي وبشكل شبه مجاني .

إن النشر الالكتروني سوف يغير كل ما عهدناه من أساليب تعودنا عليها في تناقل الأخبار والمعلومات والإعلان . والعديد من المواقع العالمية بدأت بإضافة مقابلات فيديوية .

وسندخل عالماً سيتمكن كل شخص فيه منا أن يملـك إذاعـة خاصـة و بثـاً تلفزيونيـاً خاصاً إن أراد وجريدة خاصة وموقعاً خاصاً وكل ذلك عبر الانترنت .

وقد انطلقت البرمجيات لتقديم خدمات البث الإذاعي عبر الانترنت (وليس نقل البث الإذاعي التقليدي للمحطات الموجودة أساساً) بل البث الإذاعي الخاص ، والذي لن نحتاج فيه لأكثر من حاسوب لنكون على الأثير الرقمي، ومـع تطـور سرعـات الولـوج إلى شـبكة الانترنت بدأت براعم البث الفيديوي الرقمي بالظهور وخلال أشهر قليلـة وصـل عـددها الآلاف، بعضها جاد والآخر هزلي وهناك العلمي والديني ، إضافة الى بث الأفراد الذي هو الآن مـن أكـثر الأمـور إثـارة في الانترنـت .(12) حيـث دفعـت الابتكـارات في تكنولوجيـا المعلومات البشرية إلى حقبة من وسائل الإعلام الديمقراطية يمكن فيها لأي كان تقريباً أن يحصل فوراً على الأخبار والمعلومـات، وأصـبحت الأنبـاء تنتقـل الآن بطـرق غـير معتـادة وتفرز عواقب لا يمكن التكهن بها .

عالميّة المصادر والأخبار والمعلومات

ويرى الباحثون بوجود قدرة عالمية على الحصول على مضمون أو محتويات مصادر لا متناهية، وهي محتويات تمنح القدرة على المشاركة والانخراط المدني في الأخبار والمعلومات التي تؤثر على المجتمع . وأهم هذه الظواهر:

الظاهرة الاولى:موقع (غوغل)، وهو محرك البحث الإلكتروني لتنظيم كل معلومات في العالم، ويمكن للأفراد السيطرة على عوالمهم،بحيث يصبحون ممتلكين للقدرة على البحث عن المعلومات التي تمثل خياراتهم الشخصية والعثور عليها والتصرف .ولم تعد المؤسسات الكبيرة ذات السلطة أو الثروة التي تمكنها من الهيمنة على توزيع المعلومات هي المتحكمة بقدرة الأفراد على الحصول على الأنباء أو المعلومات .

الظاهرة الثانية: البلوغز أو ما يسمى بـ(البلوغ Blog) أي (المفكرات الإلكترونية الشخصية)، وهي مفكرات الكترونية تستحدث الأنباء وتربط بين الأفراد وأفكارهم في شتى أنحاء العالم .

وتجمّع مواقع مثل Global Voices

(http://www.globalvoicesonline.org) القصص ووجهات النظر من الناس العاديين: من رواة قصص من المواطنين بأ صوات أصيلة من ظروف وثقافات فريدة، ولهذه الأصوات القدرة على فرض نفسها، مما أدى إلى استحداث مواقع إلكترونية مثل موقع (technorati) لمتابعة أكثر من 25 مليون بلوغ، أي حوالى ربع المفكرات الشخصية الإلكترونية الموجودة في عالم البلوغز.

وقد ساهمت هذه الظاهرة في إيجاد طرق مبتكرة في الإعلام الرقمي الشعبي، وهي عبارة عن مواقع شخصية خاصة على شبكة الإنترنت تتضمن تعليقات وآراء، كما تتضمن قصص وتقارير إخبارية ومواد أخرى. وفيما تتخذ بعض البلوغز شكل المذكرات الخاصة، تركز أخرى على مواضيع محدّدة مثل إصلاح السيارات والتطريز..الخ. ويتم تحديث البلوغز بشكل متواصل، عدة مرات يوميا في بعض الأحيان. وبفضل البرمجيات الجديدة، بات بوسع أي كان أن يؤسس موقعه الخاص خلال دقائق.

ويقدّر "مشروع الامتياز في الصحافة" التابع لجامعة كولومبيا في مدينة نيويورك أن هناك 32 مليون أميركي يتابعون البلوغز من أجل الحصول على المعلومات ومتابعة الأخبار.

ووفقا لآخر إحصاء أجراه مشروع "بيو للإنترنت والحياة الأميركية"، هناك 11 مليون مذكرة إلكترونية (بلوغ). وتعود 19% منها لأشخاص تتراوح أعمارهم بين الـ18 والـ25.

وزاد عدد الأميركيين الذين يقرأون البلوغز بنسبة 58% عام 2004، وفقا لاستطلاع بيو، ليصل العدد الكلي إلى حوالي 32 مليون قارئ.ومع سعة انتشارها وازدياد عدد قرائها، بدأت البلوغز تُحدث أثراً في الولايات المتحدة في الحياة العامة على عدة أصعدة، سياسية واجتماعية وإعلامية، عبر نشرها لتقارير حول أخطاء القادة السياسيين ومن خلال تغيير الطريقة التي يكتب بها المراسلون تقاريرهم.إضافة لنشرها تقارير حول قضايا لم تتناولها وسائل الإعلام الرئيسية،، وباتت شكلا إعلاميا آخر يسير جنبا إلى جنب التلفزيون والإذاعة والصحف. مما أثار سخط وسائل الإعلام الرئيسية لأنها بدأت تفقد سيطرتها على محتوى المواد التي تبثها. و أصبحت المواد المنشورة على

شبكة الإنترنت الوسيلة المفضلة للحصول على المعلومات وتحقيق السبق الصحافي. كما بدأت وسائل الإعلام تتابع ما يجري في عالم البلوغز وتستخدمها بوصفها مصادر رئيسية للمعلومات.ويقول الخبراء في مجال الإعلام والنشر الرقمي (إن مجرد ظهور البلوغز في اللحظة الملائمة تماما، رغم سطوة وسائل الإعلام التقليدية.هي خطوة أخرى في تاريخ ممتد من الانتقادات لوسائل الإعلام الأميركية والعالمية والرقابة عليها. إن التكنولوجيا تجعل الإعلام أكثر حميميّة وتفاعلية.) (13)

الظاهرة الثالثة: هـي ازديـاد عـدد قنـوات الأقـمار الصـناعية الدوليـة، فقـد فتحـت دمقرطة وسائل الإعلام موجات البث الإذاعي والتلفزيوني أمـام الثقافـات في كـل مكـان . وهناك الآن أكثر من 70 قناة دولية تستخدم التكنولوجيا الرقمية قليلة الكلفـة والتوزيـع بواسطة الأقمار الصناعية وتعبر الحدود لتصل إلى أقصى ـ أطـراف المعمـورة ناقلـة الأنبـاء لكـل وجهـة نظـر. وقـد خلقـت هيئـة الإذاعـة البريطانيـة (بي بي سي) نوعـاً جديـداً مـن الإمبراطورية البريطانية، من خلال قنواتها ومواقعها الإلكترونية التي تعد بالمئات، وتصـل إلى 100 مليون شخص في جميع أنحاء العالم، وتترجم إلى 43 لغة .

الظاهرة الرابعة: أجهزة الإعـلام الشخصـية المتواجـدة في كـل وقـت وكـل مكان،لنقـل الأنباء من شخص إلى آخر. وقد وصل عدد الأشخاص الذين يملكون هاتفـاً خلويـاً (نقـالاً) في نهاية العام 2005 إلى أكثر من ألفـي مليـون شـخص، أي حـوالى ثلـث مجمـوع سـكان العالم. ويباع حوالى 800 مليون هاتف نقال جديد سنوياً في مختلف أنحاء العـالم. ويقـدر عدد الأشخاص الـذين سـيكون بإمكـانهم التقـاط الصـور للأحـداث بالكـاميرات الرقميـة المتقدمة تكنولوجياً بستمئة مليون شخص بحلول العام 2008، وسيكون بإمكان الكثيرين منهم القيام بذلك عن طريق هواتفهم الخلويـة النقالـة. وتخلـق هـذه الأجهـزة (توليـداً عالمياً للمضمون)

يملك قدرة لا سابق لها في التاريخ على خلق المعلومات وإنتاجها وتبادلها والمشاركة في وقائع الحياة أثناء حدوثها. وتتيح الشبكات العالمية للناس نشر الأنباء والأفكار والآراء والصور في أي مكان وأي وقت .

وقد أصبحت وسائل(إعلام النحن)، التي كانت في يوم من الأيام على هامش الصحافة التقليدية، ظاهرة لا يمكن تجاهلها. وأصبحت مجالاً تنشط فيه المجتمعات المحلية ومؤسسات الأعمال والوكالات الحكومية والمتبحرون في موضوع ما ،والصحفيون المستقلون وكتاب الأعمدة وكليات الصحافة وحتى مؤسسات الأخبار. فقد برزت مشاريع (للمشاركة فيها) في جميع وسائل الإعلام التقليدية. وهي مستقاة من مصدر واحد هو تجربة Oh My News المدهشة في كوريا الجنوبية، حيث تم تنظيم عشرات الآلاف من المواطنين- المراسلين الصحفيين في بلد يفهم التكنولوجيا، وأصبح العدد الواحد من هذه الوسيلة الإعلامية يهيمن في الكثير من الأحيان على الخطاب السياسي برمته. وترى إل( ) Oh My News، بعد ثلاثة أعوام من إنشائها،بأنها تريد الإطاحة بحكومة وتقليص سلطة أقطاب مؤسسات الإعلام في كوريا .وقد أثارت هذه التوجهات نقاشاً لا يستهان به حول قيم الصحافة الأساسية. ومن الواضح أن الصحافة تمر حالياً بمرحلة إعادة تحديد هويتها، والتكيف مع قوى تسبب الفوضى فيها. ويتمحور هذا النقاش حول قضايا أساسية هي السيطرة والمصداقيّة والربحيّة .

ويعتمد المواطنون في نظام المعلومات المتفاعلة البيئي هذا على بعضهم بعضاً لوضع التقارير وتوزيعها وتصحيح الأخطاء في القصة الإخبارية أثناء انتشارها. فالقصة لم تعد محددة بمهلة زمنية أو جدول زمني لنشرها وتوزيعها، بل هي على العكس من ذلك كيان عضوي يتحرك في مسار لولبي عبر أشكال متعددة من وسائل الإعلام ويتغير أثناء تحركه. وليست القصة الإخبارية ملكاً لأحد سوى الجمهور .

أما أوضح الاختلافات بين الصحافة بالمشاركة، والصحافة التقليدية فهي الكيانات والمنظمات التي تنتجها. فوسائل الإعلام التقليدية تتكون من منظمات هرمية الهيكلية تقام لغرض التجارة، وتركز نماذجها في إدارة أعمالها على الربح الذي تحصل عليه من الإعلانات، وهي تقيّم بصرامة تدفق العمل دون انقطاع، وكذلك الربحية والاستقامة. أما مجموعات الأشخاص المتآلفين عبر شبكة الإنترنت الذين يهتمون بالتباحث والتحدث والتعاون والمساواة، فيخلقون صحافة المساهمين أو المشاركين. وهي صحافة لا تتطلب وجود صحفي مدرّب بالطريقة التقليدية ليكون وسيطاً أو ميسراً للعملية.

ويعتبر البعض تمزيق وسائل الإعلام الرقمية لأساليب استهلاك وتوزيع المعلومات التقليدية مجرد إعادة تنظيم اقتصادية توقع الفوضى في شركات الإعلام على المدى القصير وتخلق فرصاً تجارية جديدة للجيل التالي من شركات الإعلام الضخمة .وستحل، وفقاً لهذا السيناريو، شركات مثل غوغل وإم إس إن وياهو محل الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون المحلية وناشري المجلات المحلية كبواب مهيمن يتحكم بتجاربنا الإعلامية .ولكن فكرة الهيمنة فكرة بالية تجاوزها الزمن في المجتمع المترابط المتواصل. وقد أصبح الأفراد يمارسون سيطرة لم يسبق لها مثيل على كيفية حصولهم على المعلومات، ووقت حصولهم عليها، والأشخاص الذين يريدون مشاركتهم إياها، ومن هذا المنطلق، فإن الإعلام الرقمي يوقع تمزيقاً كبيراً في مصالح أي مؤسسة تقوم على أساس السلطة والسيطرة. حيث كانت المعلومات التي نعرفها،والمعلومات التي نستطيع الحصول عليها، يعتمد في وقت من الأوقات على المكان الذي نعيش فيه، أما في المجتمع المترابط المؤلف من أشخاص لا يستقرون في مكان، ويكثرون من السفر والترحال في جميع أنحاء العالم، فيمكن لعاصمتنا

الاجتماعية أن تتسع من خلال شبكات شخصية واسعة جداً تمتد عبر العالم أجمع . (14)

كما شهدت المنطقة العربية نشاطا واضحا في السنوات الاخيرة في مجال تقنيات الإعلام الرقمية، وبالذات البث التلفزيوني الأرضي، وهو البث الذي اخذت به عدد من الدول الاوربية، وكذلك الدول العربية، وخاصة دول الخليج بعد عام 2005، وهو يتميز بخاصة تسمح للجمهور المتلقي مشاهدة برامج التلفزيون الارضي سواء في البيت او متنقلا او محمولا، حيث اشارت نتائج المؤتمر الاقليمي للراديو 2006 الذي انعقد في جنيف الى حماية البث التلفزيوني التماثلي الارضي الذي سينتهي خلال العام 2015، اي لن يتم حماية اي قنوات تلفزيونية تماثلية بعد هذا العام، كما وقعت 120 دولة على الاتفاقية الجديدة للخطة الرقمية التلفزيونية الارضية، وحصلت الدولة الامارات العربية المتحدة على (225 قنات تلفزيونية رقمية ارضية ضمن نطاقي التخطيط التلفزيوني الرقمي الارضي(يو.أتش.أف) و(في. اتش.أف) اف حيث ستخضع هذه القنوات الرقمية في تصرف هيئة تنظيم الاتصالات من ناحية تنظيم الاوائح والتراخيص، وتوزيع هذه القنوات على الراغبين بتطبيق تقنية التلفزيون الرقمي الارضي في الدولة.(15)

ولا يمكن الحديث عن قلة المواقع العربية على شبكة الإنترنت(16) والتي لا تكاد تبلغ 1% من المواقع على الشبكة ، أو قلة مستخدميها ، بمعزل عن النهج الذي يحكم ممارسة الحق في حرية الرأي والتعبير والحق في تداول المعلومات ، بالمنطقة العربية ، فضلا عن الاهتمام بحالة البنية الأساسية لشبكات الاتصالات ، وكذلك مضمون تلك المواقع العربية ومدى ما تقدمه لزوارها من عوامل جاذبة لهم.فتفشي الأمية في العالم العربي ، والفقر الذي يعانيه غالبية المواطنين العرب ، ليسوا فقط أسباب تراجع عدد المستخدمين العرب لشبكة

الإنترنت ، أو قلة المواقع العربية ، بل أن كلفة الاتصالات الهاتفية والاتصال بشبكة الإنترنت تعد أيضا ضمن العوامل المسببة لهذا النقص .

إن الموقف المتذبذب والمتردد من أغلب الحكومات العربية تجاه ما تتيحه شبكة الإنترنت من إمكانيات ومزايا ، وما يرونه من مشكلات ، من وجهة نظرهم، تخلقها نفس الإمكانيات من جانب أخر . ينعكس بدوره على انتشار أو انحسار استخدام الإنترنت في المنطقة .ويبدو أن تجربة بعض بلدان الخليج العربي مثل الكويت والإمارات وقطر الناجحة في مجال نشر استخدام شبكة الإنترنت ، رغم بعض سلبياتها ، قد بدا يغري البلدان الأخرى لتحذوا حذوها ، وإن كانت بخطوات بطيئة.

وعلى الرغم من النمو النسبي السريع لعدد مستخدمي الإنترنت في المنطقة العربية ، حيث يكاد عددهم يصل إلى 14مليون مستخدم ، وكذلك وصول تلك الخدمة لجميع بلدان المنطقة إلا أن الحكومات بدأت تحكم حصارها على هذه الوسيلة الجديدة، التي قد تسبب لهم بعض المشاكل نتيجة لتلك المساحة من الحرية البعيدة عن سيطرتها ، فلجأت إلى المصادرة والرقابة ، فضلا عن استخدامها للوسائل الجديدة من خلال برامج الفلترة الإليكترونية ، كما تلجأ بعض الدول إلى احتكار تقديم الخدمة.

ويبلغ عدد مستخدمي الإنترنت في الإمارات نحو مليون وربع مستخدم بنسبة تصل إلى 31% من عدد السكان ، لتحتل بذلك مكانة متقدمة ليس فقط عربيا، ولكن أيضا عالميا بهذا المجال.

حيث أكدت هيئة الأمم المتحدة في تقرير لها حول برامج الحكومة الإلكترونية في العالم عن نجاح الإمارات في احتلال مرتبة متميزة بين دول العالم ، ويشير التقرير إلى كيفية استعداد كل الدول الأعضاء في الأمم المتحدة التي تبلغ عددها 190 دولة لتطبيق برامج الحكومة الإلكترونية ومدى تقدمها في هذا المجال ، وصنفت الإمارات ضمن فئة (برز الدول المتقدمة في مجال

الحكومة الإلكترونية)، حيث سجلت الإمارات 217 نقطة لتحتل بـذلك المرتبـة الأولى عربيا والمرتبة 21 على مستوى العالمي.

وأشارت دراسة عالمية أن مستخدمي الإنترنت في الأردن يبلغ 19 لكل ألف شخص في عام 2003 ، وحتى عام 2001 كانت كثافة الحاسبات في الأردن تصل إلى 3.28 حاسب لكل مائة نسمة وهو ما يعني أن الأردن كانت تحتل المرتبة الخامسة بعد الإمارات والكويت والسعودية وعمان.

وفي البحرين يبلغ عدد مستخدمي الإنترنت أكثر من 100 ألف مشترك، وهي نسبة كبيرة لدولة لا يزيد عدد سكانها عن سبعمائة وثلاثون ألف نسمة.

و تعد تونس أول دولة عربية ارتبطت بشبكة الإنترنت ، حيث كان ذلك في عام 1991 ، إلا أن استخدام الشبكة لم يعرف طريقه للمواطنين سوى بعد ذلك بكثير،وقد أشار تقرير إحصائي تونسي تم نشره بموقع "ميدل إيست اون لاين " في بداية نوفمبر 2003 إلى ارتفاع عدد مستخدمي شبكة الإنترنت في تونس حيث وصلت إلى حوالي 550 ألف مستخدم في مختلف مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

وبدأ العمل بخدمة الإنترنت في المملكة العربية السعودية في يناير عام 1999 ، وعلى الرغم من التكلفة المرتفعة التي تصنف ضمن الأغلى في الاتصال بالإنترنت ، فقد بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في شهر سبتمبر من نفس العام نحو 45 ألف مشترك (1) مما يعني نحو 135 ألف مستخدم ، بحساب استخدام ثلاثة أشخاص لكل اشتراك .وكانت التسهيلات المتتالية التي تقدمها الحكومة السعودية لتشجيع استخدام الإنترنت مثل التوسع في مشروعات التطوير التي تقوم بتنفيذها في أكثر من مجال ، خاصة في مجال البنية التحتية للاتصالات والتي تسهم برأي الخبراء في زيادة رقعة تغطية خدمات الإنترنت في السعودية ، قد جعلت عدد المستخدمين يقفز في منتصف أبريل 2004 إلى مليوني مستخدم .

وأشار بعض الخبراء بان المشكلة الرئيسية التي يواجهها مجتمع المعرفة في سوريا تتمحور حول عدم قدرة شرائح واسعة داخل المجتمع السوري على التعامل مع الكمبيوتر ، حيث تشير الإحصائيات إلى أن 23 % فقط من السوريين لديهم القدرة على التعامل مع الكمبيوتر من اصل عدد السكان الذي يقدر بحوالي 19 مليون نسمة ، ويقدرون عدد أجهزة الكمبيوتر في البلاد بأنه لا يتجاوز 300 ألف جهاز ، معظم هذه الأجهزة تمتلكها المؤسسات الحكومية.

وحتى نهاية عام 2002 ، كان العراق الذي يبلغ تعداده نحو 24 مليون نسمة ، عدد مستخدمي الإنترنت فيه يزيد عن 45ألف ،وكان الكثير منهم من كبار موظفي الدولة ، والباقين هم أغنياء يستطيعون دفع ألفي دينار عراقي عن كل ساعة (ا يعادل دولار أمريكي)وهي تكلفة تعادل عشرون بالمائة من متوسط الأجور بالعراق آنذاك .وتم تصنيف العراق في المرتبة 17 بين 18 دولة عربية وفق مؤشر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الذي يفيد كأداة للمقارنة النسبية بين الدول العربية لمعدل تبنيها لمؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الأساسية. ويستخدم هذا المؤشر عدد الحواسيب الشخصية، وعدد مستخدمي الإنترنت، وأعداد خطوط الهاتف الثابت والخلوي لتحديد النتائج. وذلك حسب دراسات منظمة "اسكوا"

وفي مايو 2003 بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في قطرإلى ما يقارب 100 ألف مشترك من بينهم 20 ألف مشترك في الخدمة العادية للإنترنت و 500 مشترك في خدمة " برق " الأولى السريعة وعدد محدود في خدمة " إبحار" التي تتم عن طريق البطاقات مقدمة الدفع . ثم ازداد عدد مستخدمي الإنترنت حتى بلغوا في بداية إبريل 2004 نحو 115 ألف مستخدم وهي نسبة مرتفعة لدولة يبلغ عدد سكانها نحو 600ألف نسمة، مما يضع قطر في مرتبة متقدمة بين الدول العربية.

وبعـد أن كـان عـدد مسـتخدمي الإنترنـت في ليبيـا في عـام 1998 لا يتجـاوز مائـة مستخدم ، قفز الرقم بعد أن أتيحت الخدمة للمواطنين إلى 300الف مسـتخدم في بدايـة عام 2001 ، ثم إلى نحو 850 ألف مستخدم في منتصف عام 2003 ، ويكـاد الـرقم يصـل إلى المليون ، وهي نسبة مرتفعة بكل المقاييس ، في دولة لا يزيد عـدد سـكانها عـن سـتة ملايين نسمة.

وعرفت مصر الإنترنت مع نهايات عام 1993، وهي تعد بذلك من أوائل الدول العربيـة التي وثقت علاقتها بعصر المعلومات . إلا أن عدد المستخدمين كان محـدودا بشـدة وحتـى نهاية التسعينيات من القرن الماضي لم يكن عدد مستخدمي الإنترنت في مصرـ يتجـاوز 400 ألف مستخدم ،وفي عام 2001 كانت مصرتحتل المركز السادس بـين الـدول العربيـة في عـدد الحواسيب الشخصية لكل 100 نسمة ،حيث تصل النسبة إلي 1,55 لكل مائـة نسـمة، وهـو أدني من المتوسط العالمي الذي يصل إلي 8,42 حاسب لكل مائة نسمة. أما فيما يخص عدد الحواسيب الشخصية المتصلة بالإنترنت في بعض الدول العربية فتحتـل مصرـ موقـع متـأخر بالنسبة للدول العربية حيث يسبقها كلا من: الإمارات، الكويت، عمان، والسعودية، حيـث تصل النسبة الخاصة بالحواسيب الشخصية المتصلة بالإنترنـت لكـل ألـف نسـمة إلي 0,028 وهي نتيجة أدني من المتوسط العالمي الذي يصل إلي 23,27 حاسـبا متصـلاً بالإنترنـت لكـل ألف نسمة.

وبدأت خدمة الإنترنت في اليمن عام 1996، ولكن في المقابل نجد أن هناك شركتان فقط تحتكران تزويد المواطن اليمني بهذه الخدمـة وهـما شركـة "تيلـيمن" و "المؤسسـة العامـة للاتصالات"، وبعد مرور 8 سنوات تقريبا على إدخـال خدمـة الإنترنـت في الـيمن ، نجـد أن عدد مسـتخدمي الإنترنـت يقـدر بنحـو 150 ألـف فقـط،، مـع الأخـذ في الاعتبـار أن عـدد الاشتراكات بالطبع يقل عن ذلك بكثير نتيجة استخدام الاشـتراك لأكـثر مـن مسـتخدم.وقـد أشارت الإحصاءات حتى عام 2003 ، إلي أن عدد أجهزة الحاسوب في الـيمن تصـل إلي 140 ألف جهاز، أي بنسبة 7

حواسيب لكل ألف نسمه من السكان، وفي نهاية عام 2002 بلـغ عـدد المواقـع اليمنيـة على شبكة الإنترنت إلي 248 موقعاً، منها 51 موقـع حكـومي، و15 إخبـاري، و24 مـنظمات وسفارات، و91 شركات خاصة، و23 تعليمية تربوية، و6 بنوك وشركات تأمين، و7 منتـديات وخدمات.

وفي المسقبل القريب جداً ستجد وزارات الإعلام في الوطن العربي نفسها أمام سـيل مـن النشرات الالكترونية والبث الصوتي الالكتروني والبث الفيديوي الرقمـي عـبر الانترنـت، دون إذن منها ودون الالتزام بقوانين الإعلام.

الهوامش

1- أنظر للتفاصيل :عاهد مشاقبة. الأبعاد السياسية للتدفق الإعلامي، عمان 2002

2- يحيى اليحياوي، العرب وتحديات تكنولوجيا الاتصال والإعلام وموقعنا من التوزيع العالمي، مركز العالمي لدراسات وأبحاث الكتاب الأخضر، ملخص محاضرة مطبوعة، ليبيا2005،ص6-7

3- أنظر للتفاصيل: فريد ريك فاشور، وسائل الاعلام في المستقبل، تعريب د. خليل احمد خليل، منشورات عويدات، بيروت 1996 .

4 – المصدر السابق ص42

5- مركز الإمارات للدراسات والبحوث, هكذا يصنع المستقبل, مجموعة كتاب، أبو ظبي 2001. ص 155-166.

6- للتفاصيل أنظر:انطوان ايرس، شيكات الاعلام، ترجمة د. فؤاد شاهين، عويدات للنشر والطباعة، بيروت .2001

7-د.نبيل علي, العرب وعصر المعلومات, عالم المعرفة العدد 184, المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب, الكويت 1994, ص 277.

8. الدكتور حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، تكنولوجيا الأتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة 1993،ص285 – 286

9- صحيفة الشرق الأوسط،، العدد9868،ديسمبر2005

10- بلقيس دارغوث ، ميردوخ والصحافة الإلكترونيّة، موقع :
http://www.marsad.watan.com

11- جولي بوسمان، الجرائد الأميركية تفقد الإعلانات ورقيا.. لتكسبها إلكترونيا، صحيفة الشرق الأوسط، بتاريخ 2006/6/18

-http://www.arab-m.com/modules.php?name=News

12file=article&sid32

13- بلقيس دارغوت، ميردوخ والصحافة الورقية، مصدر سابق

14- المصدر السابق

15- صحيفة الخليج الاماراتية، الملحق الاقتصادي، بتاريخ 2006./6/29

16- أنظرللتفاصيل دراسة حول الإنترنيت في الوطن العـربي :جـمال عيـد، الإنترنـت في العـالم العربي

htm\Documents and Settings\fjac.yas\Desktop: موقع

الفصل الثالث
العولمة الإعلاميّة و المتحكمّون في العقول

لم تظهر العولمة بشكلها الحالي، ونماذجها المتعددّة، إلاّ بعد مرحلة دخل فيهاالعالم الى نظام جديد، أطلق عليه (النظام الإعلامي الدولي الجديد) بعد استخدام مصطلح النظام الاقتصادي العالمي الجديد ، فقد طالب قرار الأمم المتحدة رقم 3201 في عام 1974 بأقامة نظام جديد في العلاقات الاقتصادية بين الدول النامية والدول الصناعية ، وكان لهذا المفهوم تأثير مباشر على النقاش الدولي الدائر حول الحاجة لنظام إعلامي جديد ، وقدم مصطلح النظام الإعلامي الجديد للمرة الأولى في الندوة التي نظمتها دول عدم الانحياز في تونس عام 1976 ، وكانت تدور حول (السياسات الإعلامية) . ومنذ ذلك الحين ربط نقاش القضيتين ببعضهما البعض في المحافل الدولية.(1).

وقد ظهر هذا النظام نتيجة نمو أسلوب الاستعمار الإعلامي الذي يعكس رفض العديد من دول العالم الثالث للنماذج الغربية السابقة للتحديث ، التي كانت نماذج الاتصال الاقدم جزءاً منها ، وقد أدى هذا المفهوم إلى الدعوة لقيام نظام إعلامي دولي جديد من قبل العالم الثالث.

وهناك اختلافات في بداية الفكرة الأولى لدعوة هذا النظام ، فمنهم من يعتقد أن (فكرة النظام العالمي الجديد والاتصال تاريخياً لا تكاد تتبين ملامحه قبل عام 1976) (2)، بينما يرى المصمودي بأن (نقطة البداية كانت في مؤتمر قمة عدم الانحياز الذي عقد في الجزائر العاصمة عام 1973).(3)

ويمكن القول ان اجتماعات دول عدم الانحياز ساهمت إلى حد بعيد في بلورة الأفكار الخاصة بهذا النظام من خلال النقاشات أو من خلال إنشاء المؤسسات الاقليمية كمجمع وكالات الأنباء في بلغراد أو في تكوين وكالات الصحافة أو التعاون في الميدان الإذاعي ، وقد أكدت قمة هافانا عام 1979 أهمية (الكفاح من أجل ارساء علاقات عالمية جديدة وتبني النظام الدولي الجديد للإعلام مما يتيح لبلدان عدم الانحياز تطوير طرق إعلامها الخاصة ، ووسائل ابلاغها الكفيلة بتحقيق استقلالية أكبر وبتدعيم مصادرها الوطنية والسماح لها بالمساهمة النشطة والواسعة في أنظمة الاتصالات والتعاون على الصعيد العالمي).(4)

وتنطلق فكرة النظام الإعلامي الدولي الجديد من فكرة (حق الاتصال) الذي تبنته الأمم المتحدة منذ الأربعينات حيث تناول أول نص دولي الحقوق الإعلامية من خلال قرار رقم (59) الذي اتخذته الجمعية العام للأمم المتحدة في 14 كانون أول 1946 والذي نص على أن (حرية الإعلام حق إنساني أساسي وملك لكل الحريات التي كرست لها الأمم المتحدة).(5)

كما صدر عن الأمم المتحدة الاعلان العالمي لحقوق الإنسان في العاشر من كانون الأول عام 1948 والذي حددت مادته التاسعة عشرة "لكل فرد الحق في حرية الرأي والتعبير ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون تدخل ،

واستقاء المعلومات والأفكار وتلقيها ونقلها من خلال أية وسيلة وبغض النظر عن الحدود".(6)

وهكذا اتجهت الدول غير المنحازة للدعوة إلى اقامة نظام إعلامي عالمي جديد، حيث كلفت لجنة دولية للإعداد لمسودة هذا النظام وارسيت القواعد الأولى لمفهوم هذا النظام في البند رقم 19/4 المصادق عليها في 21 تشرين أول عام 1980 في مؤتمر بلغراد والتي نصت على الآتي :(7)

يرى مؤتمر اليونسكو بأن النظام الجديد للإعلام والاتصال يمكن ان يستند بين ما يستند إليه إلى:

1- القضاء على اختلال التوازن وأوجه التفاوت التي يتسم بها الوضع القائم.

2- ازالة الآثار السلبية لبعض الاحتكارات العامة أو الخاصة ولأوضاع التركيز المفرطة.

3- تذليل العقبات الداخلية والخارجية التي تحول دون التدفق الحر والانتشار الأوسع نطاقاً والأكثر توازناً للمعلومات والأفكار.

4- تعدد مصادر وقنوات الإعلام.

5- حرية الصحافة والإعلام.

6- تمتع الصحفيين وجميع المهنيين العاملين في وسائل الاتصال بحرية لا تنفصل عن المسؤولية.

7- تدعيم قدرة البلدان النامية على التوصل إلى تحسين وضعها الخاص، لا سيما عن طريق التزود بالمعلومات وتطوير اطرها وتحسين بناها الاساسية ، وجعل وسائل الإعلام والاتصال الخاصة بها قادرة على الوفاء باحتياجاتها وتطلعاتها.

ويسعى النظام العالمي الجديد للإعلام ، القائم على المبادئ الديمقراطية إلى اقامة علاقات مساواة في مجال الإعلام بين البلدان المتقدمة والبلدان النامية ،

ويهدف إلى قدر أكبر من العدالة ومن التوازن ، وهو لا يتعرض بأي حال من الاحوال لحرية الإعلام بل يقترح ضمان تطبيق هذا المبدأ بعدالة وانصاف لجميع الدول ، وليس فقط للدول الأكثر تقدماً. حيث إن الإعلام في العالم الحديث يتسم باختلالات أساسية تعكس انعدام التوازن العام الذي يسود المجتمع الدولي ، وهذه تتجسد في المجالات السياسية والقانونية والفنية والمالية.

ومع أن هذا النظام قد أوجد فهماً واضحاً للمشكلات الإعلامية الدولية الا ان الدول الغربية عارضت فكرته وبنوده بسبب طبيعة هذه الانظمة السياسية القائمة على الاحتكارات الاقتصادية ، والتي يتعارض تطبيق هذا النظام مع مصالحها واحتكاراتها وهيمنتها الإعلامية والسياسية على العالم.

ويذهب هؤلاء المعارضون إلى القول بأن هذا النظام الجديد ليس وصفة جاهزة من شأنها ان تبدل الواقع المعاش بآخر في لمحة بصر. كما أنهم يعتقدون بأن العالم الثالث يحتاج إلى مساحة كبيرة من الحريات الإنسانية ، وكذلك يفتقر إعلامه إلى الخبرات اللازمة حيث ظاهرة ضعف هيكلية الإعلام ونقصه بسبب قلة الكفاءات في المستويات العلمية والمهنية والادارية والتي أدت إلى عدم تمكن الوسائل من انتاج إعلامه وإبلاغه إلى الجمهور.وتتجسد فلسفة الغرب بالفكرة القائلة بأن العالم الثالث يحتاج غلى تنويع وتوسيع رقعة الإعلام بدلاً من الحد من تدفق الإعلام بين دولة وأخرى ، اذ ان ممارسة حرية الرأي والتعبير والإعلام عنصر أساسي في دعم السلم والتفاهم الدوليين.

وقد قادت الولايات المتحدة الأمريكية الاتجاه المعارض ، واعتبرت اليونسكو "منظمة مسيسة" آنذاك، وحاولت بجهودها السياسية والاقتصادية افشال هذه المنظمة وذلك من خلال انسحابها وقطع المساعدات المالية عنها في بداية الثمانينات .

وبشكل عام يمكن القول ان اليونسكو كان لها الفضل في تعميق الحوار والتنبيه لمخاطر الاختلال في الإعلام الدولي منذ الستينات من خلال مشروعاتها

وتعاونها مع المنظمات المهنية الوطنية والاقليمية لزيادة تنمية وسائل الإعلام في العالم الثالث.وقد أبرز هذا الحوار في اليونسكو مدى اتساع مشكلات الإعلام ، وضرورة الدراسة العلمية والميدانية لهذه الظاهرة ، مما دفع بالمنظمة إلى تشكيل لجنة دولية يرأسها السيد شون ماكبرايد (ايرلندي) بمهمة القيام بدراسة لجميع مشكلات الاتصال في مجتمعات العالم الثالث ، وكان من ضمن هذه اللجنة خبيرين عربيين هما د. مصطفي المصمودي (تونس) وجمال العطيفي (مصر) اضافة إلى خبراء من مختلف أنحاء العالم ، وقد حددت نصوص تفويض اللجنة أربعة خطوط رئيسية للبحث والمناقشة وهي:

1- دراسة الوضع في ميدان الاتصال والإعلام وتحديد المشكلات التي تتطلب جهوداً جديدة على الصعيد الوطني ونهجاً شاملاً ومنسقاً على الصعيد الدولي ، ويقتضي تحليل وضع الإعلام في العالم المعاصر وبصورة خاصة تحليل مشكلات الإعلام في مجموعها مراعاة تنوع الظروف الاجتماعية والاقتصادية واختلاف مستويات التنمية وانماطها.

2- ايلاء أهمية خاصة للمشكلات المتعلقة بالتداول الحر والمتوازن للمعلومات في العالم وللاحتياجات النوعية للبلدان النامية.

3-تحليل مشكلات الاتصال بمختلف جوانبها في اطار السعي إلى إقامة "نظام إعلامي جديد للإعلام.

4-تحديد الدور الذي يمكن ان يضطلع به الاتصال من أجل توعية الرأي العام واثارة اهتمام الجمهور بالمشكلات الكبرى التي تواجه العالم ، والمعاونة في حلها تدريجياً باتخاذ تدابير منسقة على الصعيدين الوطني والدولي.(8)

ويرى المصمودي بأن جوهر التقرير الخاص بلجنة اليونسكو في صيغته النهائية انما هو وثيقة دفاع عن كرامة الإنسان وميثاق شرف مهني من حيث تأكيده مبدأ الحرية حيث يكون الاتصال ملكا وحقا اساسيا للشخص، وحق البحث وتقبل وترويج الإعلام ومحاربة الاختراق واللامساواة وشروط الاحتراف

الإعلامي وملكية وسائل الاتصال.(9). ويرى الباحث نفسه بأن المنطقة العربية مهيئة لتقبل مثل هذا النظام الجديد لاعتبارات عديدة منها ما يتعلق بالعامل الجغرافي وميزات متشابهة تربط وشائح واقعية وتاريخية بينها ، واستعمالنا للغة واحدة،اضافة إلى الروابط الروحية والتاريخية والحضارية ، وهذا يتطلب بناء استراتيجية عمل لاجهزتنا الإعلامية وتحسين جدواها ، تكون مستندة عن النظام الإعلامي الجديد.(10)

ويمكن القول بأن النظام الإعلامي الجديد الذي طرح في الستينات، وتبلور في الثمانينات،هو إمتداد حقيقي لعصر العولمة، وربما كان التطور الكبير في تكنولوجيا اقمار الأتصال والإعلام ،هو الذي مهد للعولمة الإعلاميّة ، وهو الذي ساهم في بلورة مفهوم العولمة الأقتصادية.

الاتصال الدولى والعولمة الإعلامية

يعتبر العالم الكندى مارشال ماكلوهان ، أستاذ الإعلاميات السوسيولوجية في جامعة تورنتو أول من اشار إلى مصطلح الكوننه أو العولمة globalization ، عندما صاغ في نهاية عقد الستينات مفهوم القرية الكونية ، وهو الذى تنبأ بأن الولايات المتحدة الأمريكية التي تمتلك ما تزيد عن 65% من المصادر الإعلامية يمكن ان تكون نموذجاً كونياً للحداثة وتلازم معنى العولمة في مضمار الإنتاج المادى والرمزى مع معنى الانتقال من المجال الوطنى ، أو القومى إلى المجال الكونى ، ولهذا يرى الكثير من الباحثين بأنها ستلغي لدرجة كبيرة السيادة الوطنية أو القومية.

والعولمة هي ظاهرة من ظواهر السياسة الدولية أخذت تبرز في المجتمع الدولى منذ بدأ ظهور المتغيرات الدولية الجديدة وخاصة بعد انهيار الاتحاد السوفيتى السابق ، وهى ظاهرة ذات أبعاد مركبة إقتصادية وسياسية وثقافية وإيديولوجية وإعلامية .وهي مصطلح حديث مترجم عن الكلمة الإنجليزية

Global ومعناها: عالمي أو دولي، وغالباً ما تذكر مرتبطة بمصطلح القرية (Global Village) بمعنى القرية الكونية أو العالمية. ويدور مفهوم العولمة حول الوجود العالمي أو الانتشار الكوني، وغالباً ما استخدم في السياسة والاقتصاد بمعنى النفوذ السياسي العالمي والمؤسسات الاقتصادية الدولية (الأخطبوطية) المتواجدة في أنحاء كثيرة من العالم ،ولها تأثير قوي ونافذ سواء في الشأن الاقتصادي أو السياسي المحلي (أي في البلدان المتواجدة فيها). ثم تطور في جانب جديد وهو العولمة الإعلامية، عن طريق إنشاء مؤسسات إعلامية دولية ضخمة لها قاعدة أساسية في بلد، وتنطلق منه إلى كثير من البلدان، ولها أثر فاعل في الإعلام المحلي لتلك البلدان.

وترتبط العولمة بالتقدم والتوسع الاقتصادي ارتباطاً وثيقاً؛ ولذلك كانت عملية الرقمية (Digital) في نقل الصوت والصورة والكلمة حاسمة في تسهيل وصول هذه المواد للمستهدف، كما أنها خفضت التكلفة مما ساعد على توسيع دائرة الانتشار عالمياً، كذلك ساعدت شبكات الاتصال الفائقة (Fibers) في تسهيل نقل كميات كبيرة من المعلومات وبدرجة نقاء عالية وبوقت قصير حول العالم، وأصبح هناك تحالف ظاهر بين شركات الاتصالات وشركات التقنية والبرامج مع المؤسسات الإعلامية نظراً للمصالح المشتركة بين هذه الأطراف؛ فالأولى ترصف الطريق والثانية تسير عليه.

وبدأ التحول الضخم في اتجاه العولمة في مجال الإعلام بدءاً من الثمانينيات، وكانت البداية أفرعاً لمؤسسات وموزعين لمنتجات إعلامية، ثم تطورت الأمور مع التوسع الاقتصادي والنمو السكاني والانفتاح السياسي والاقتصادي بين الدول.واستطاعت مجموعة من المؤسسات الإعلامية أن تفهم حاجات المجتمعات المختلفة للمواد الإعلامية مما ساعدها على تطوير أدوات إيصال لهذه المواد مستفيدة من التطور التقني الواسع في ميدان الاتصالات.

وبدأت المؤسسات الإعلامية الأمريكية القوية في موطنها في تكوين شركات متعددة الجنسيات وشراء أنشطة ومؤسسات إعلامية في البلدان الخارجية المختلفة.وواكب ذلك تحالفات إستراتيجية مع الجهات المحلية القوية مستفيدة بدرجة كبيرة من النفوذ الأمريكي السياسي في العالم وتهاوي أدوات المنع أو الرقابة ووسائلهما في البلدان المختلفة. وتطورت الأمور تجاه العولمة بسرعة بالتواكب مع العولمة الاقتصادية؛ حيث يمكن إدراج الإعلام جزءاً من الأنشطة الاقتصادية. ووصل عدد المؤسسات الإعلامية الدولية إلى 40 مؤسسة نصفها تقريباً أمريكي.

ويتوقع الاستمرار نحو هذا الاتجاه وزيادة التكتلات والمجموعات الإعلامية الدولية وذلك في المدى القريب والمتوسط.(11)

واختلف مفهوم العولمة حسب النظريات والمدارس الفكرية والايدلوجيات ، رغم الاتفاق بأن العولمة هى ظاهرة اقتصادية ظهرت كنظام عالمى يشمل المال والتسويق والمبادلات والاتصالات والإعلام .

ويمكن ايجاز ابرز مفاهيم العولمة :

1- الانتقال من الشمولية والسلطويه إلى الديمقراطية والتعددية واحترام حقوق الإنسان ، والثورة القيمية، وتعنى الانتقال من القيم المادية إلى ما بعد القيم المادية والثورة المعرفية ، وهى تتركز في الانتقال من الحداثة إلى ما بعد الحداثة[12]

2- اندماج أسواق العالم في حقوق التجارة والاستثمارات المباشرة وانتقال الأموال والقوى العاملة والثقافات والتقانة ضمن اطار من رأسمالية حرية الأسواق ، ومالياً خضوع العالم لقوى السوق العالمية ، مما يؤدى إلى اختراق الحدود القومية وإلى الانحسار الكبير في سيادة الدولة ، وان العنصر الاساسى في هذة الظاهرة هى الشركات الرأسمالية الضخمة متخطية الحدود[13]

3- ازدياد العلاقات المتبادلة بين الأمم سواء المتمثلة في تبادل السلع والخدمات ، أو في انتقال رؤوس الأموال ، أو في إنتشار المعلومات والأفكار ، أو في تأثر أمة بقيم وعادات غيرها من الأمم[14].

4-عولمة الإنتاج والتحديث في ظل تنامى الابتكارات التكنولوجية والمنافسة بين القوى العظمى [15].

5- العولمة هي ما بعد الاستعمار ، وأنها مجرد آلية من أليات التطور الرأسمإلى يعكس إرادة الهيمنة على العالم[16]

6- أنها ديناميكية جديدة تبرز داخل دائرة العلاقات الدولية من خلال تحقيق درجة عالية من الكثافة والسرعة في عملية انتشار المعلومات والمكتسبات التقنية والعملية للحضارة [17].

7- ونرى بأن (العولمة هى آلية يمكن أن تؤدى بشكل متسارع إلى نشوء نظام عالمى جديد بواسطة ثلاثية: تكنولوجيا ورأس المال والادارة ، وتشمل السياسة والاقتصاد ، والثقافة والاجتماع والاعراف ، ليؤسس القرية الكونية الجديدة التي تقوم على ثورة الكمبيوتر والاتصالات والثورة المعلوماتية والأسواق المفتوحة والشركات متعددة الجنسيات لتوحيد مصير الإنسانية.)

وتظهر العولمة في مجالات عديدة من مجالات الحياة التي تشكل شبكة العلاقات الدولية المعاصرة ، وأهم هذه المجالات[18]:

1- المجال الاقتصادى:

تتركز العولمة على فكرة وحدة السوق ، وإزالة العوائق أمام حركة رأس المال ، وحرية الاقتصاد ، واتخاذ الدولار معياراً للنقد ، وتحويل المجتمعات إلى مجتمعات منتجة هى مجتمعات الدول الصناعية ، ومجتمعات مستهلكة هى مجتمعات الدول الأخرى ومنها دول العالم الثالث.

وتستخدم العولمة الاقتصادية عدداً من الوسائل والآليات منها: صندوق النقد الدولى والبنك الدولى، ومنظمة التجارة العالمية، والإعلام والدعاية الإعلامية، والشركات المتعددة الجنسيات .

2- المجال الاجتماعى :

وذلك بتنميط العالم على نحو من نمط المجتمعات الغربية (تغريب العالم) وبالذات أمريكا (الأمركة) وذلك من خلال نقل قيم المجتمع القومى والأمريكي ليكون المثال القدوة. وتتخذ العولمة الاجتماعية وسائل عديدة لتكريس مفهوم العولمة من خلال المؤتمرات الدولية في مجال المرأة والشباب والاطفال والسكان والتنمية الاجتماعية ، ونقل السلوكيات والعادات الغربية من خلال المواد الإعلامية في القنوات الفضائية وشبكة الانترنت.

3- المجال الفكرى والثقافي :

وذلك بترويج الايدولوجيات الفكرية الغربية ، وفرضها في الواقع من خلال الضغوط السياسية والإعلامية والفكرية والاقتصادية ، وذلك في مجالات عدة : حقوق الإنسان والديمقراطية ، وحقوق الأقليات ، وحرية الرأى ،وتكرس هذه من خلال وسائل عديدة ابرزها : اصدار القوانين من أجل استخدامها ضد دول العالم الثالث بأسم حماية الأقليات ، وقانون التحرير من الاضطهاد الدينى ، واصدار الاتفاقيات الدولية المصاغة بوجهة نظر غربية من أجل التوقيع عليها كمكافحة التميز ضد المرأة والاعلان العالمى لحقوق الإنسان ....الخ ، وضمن وسائل اخرى كأصدار التقارير الدورية للضغط الإعلامى والسياسى والاقتصادى على المجتمعات الآخرى مثل أصدارت الكونجرس الأمريكية الدورية .

4- المجال السياسى :

من خلال استخدام الأمم المتحدة بعد الهيمنة عليها وعلى مؤسساتها السياسية المؤثرة خاصة مجلس الأمم الذى تعتبر قراراته ملزمة عالمياً ،

واستخدام حق النقض (الفيتو) المجحف عند الضرورة أو التلويح باستخدامه لمنـع أى قرار لا يريده الغرب.

آلية العولمة التقنية :تقنيات كل دقيقتين

تعتبر الوسائل التقنيّة ثمرة المعرفة العلمية ، ونتاجاً للثورة التقنية الضخمة التي يشهدها الغرب ، حيث تضاعفت الاختراعات التقنية بشكل كبير ربما يصل إلى معدل أختراع أو اكتشاف جديد كل دقيقتين .

ومن أبرز مظاهر ذلك مايلى[19]:

- تضاعف استخدام هذه التقنية عالمياً حتى جاوز الوقت الذى استهلك في الاتصالات 60 مليار دقيقة في عام 1995 وتضاعف سوقها حتى قارب الان من نصف مليار دولار سنوياً ، ويزداد بنسبة %10 سنوياً .
- ستقل تكلفة الاتصالات إلى أن تصبح شبه مجانية في غضون السنوات العشرة القادمة، وفي طريق الانترنت الآن بأمكان أي شخص في منطقة الخليج الاتصال بأوروبا وامريكا بتكلفة لا تزيد عن (4) سنتيات للدقيقة الواحدة.
- صرحت شركات عديدة منها كيوويست Qwest للإتصالات الأمريكية بأن نظامها التقنى الحديث يستطيع نقل كم هائل من المعلومات يوازى ما تحويه مكتبة الكونجرس من واشنطن إلى أى مكان في العالم خلال مدة لا تتجاوز عشرين ثانية .
- التطورالتقنى القادم سيشمل أجهزة التلفاز خاصة بعد تطور الشاشة عالية الوضوح High definition TV وسيكون الدخول إلى الانترنت عن طريق التلفاز والتحكم بالبرامج أسهل. وقد بدأت الكثير من القنوات التليفزيونية بث برامجها عبر شبكة الانترنت Web TV مثل قناة CNN، وقناة الجزيرة وغيرها .

- في مجال الانترنت ، وهى الشبكة التي حطمت القيود والحواجز وحققت وحدة معلوماتية ، سيكون لها المستقبل وتأثيرها من خلال سعتها ومحتوياتها وحرية استخدامها ومن ذلك:

- مستخدمو الانترنت أكثر من 500 مليون مستخدم ، كما أن مواقع الانترنت web sites التجارية والحكومية والخاصة قد تزداد عن 500 مليون موقع وهى تزداد يومياً بشكل سريع .

- طرحت بدائل جديدة للتجارة تسمى الآن التجارة الألكترونية commerce ونشأت الأسواق الألكترونية ، وتحققت وحدة للسوق العالمى ، وضخت مليارات الدولارات ، ضد السوق (مدينة الانترنت في دبى) .

- زادت صفحات الانترنت في نهاية عام 2000 على 1.5 مليار صفحة ، والمستخدمون العرب أقل من 1% من مجموع المستخدمين .

وبإختصار فأن العولمة عملية متعدّدة الأبعاد ، وهذه الابعاد(السياسي والأقتصادي والأجتماعي والثقافي..الخ) متداخلة وليست منفصلة بعضها عن البعض . ونعتقد بأن البعد الأجتماعي يحوز الاهتمام الأكبر الآن ، ليس في حد ذاته ، ولكن كنواتج للتغيير في العملية الاقتصادية أيضاً.

كما أن مفهوم العولمة بقى غامضاً للاسباب التالية :

1- حداثة اطلاق المصطلح

2- تعدد الاقترابات في عملية هذا المصطلح ما بين اقترابات ماركسيّة ترى ان العولمة (الهجمة الأخيرة في الرأسمالية) ، إلى اقترابات حضاريّة ترى أن العولمة مسعى لنفي الحضارات الأخرى غير الغربية ، وهناك اقترابات وطنية ترى في العولمة توجهاً نحو تقويض سيادات دول العالم الثالث وتهميشها.

3- تعدد العمليات التي ينطوى عليها من عمليات اقتصادية وسياسية وثقافية واجتماعية.وتعتبر وسائل الأعلام أحد المرتكزات الاساسية للعولمة

باعتبارها تشمل مختلف الميادين الاقتصادية السياسية والاجتماعية والثقافية.وتتخذ وسائل الإعلام ركيزة من خلال الظواهر التالية أبرزها :

1- تكنولوجية الوسيلة ذاتها بحيث تؤدى عملها على أوسع نطاق .

2- المادة التي تنشرها وتثبتها هذه الوسائل ، وما يمكن أن نسميه بعولمة الإنتاج الفنى.وقد تجاوزت وسائل الاعلام،والصحف والمجلات والاشرطة إلى القرص الفضائى وشبكة الانترنت العالمية .

3- عولمة الإعلام ذاته والمتمثلة في الوكالات العالمية للأنباء إذ نجد أن أربع وكالات أنباء عالمية غربية تحتكر وحدها الخبر وتصوغة بكل حرية.

والمشكلة الجوهرية التي تجابة العالم الثالث ، ومن ضمنها الوطن العربي ، تفشي الأمية ووجود اعداد كبيره ممن لا يحسنون القراءة والكتابة ، إضافة إلى الأمية الحضارية الذين لا يجيدون التعامل مع تكنولوجيا الإعلام والمعلومات وهذا يعنى أن عولمة الإعلام في مجال الإعلام والاتصال سيكون حكراً على الأغنى والأقوى وللمجتمعات الحضارية، مما يفقد حرية التنافس لصالح هذه المجتمعات ويجعلها أكثر قدرة على استيعاب معطيات العصر.

خريطة عولمة المعلومات

المقصود بالعولمة الإعلامية هو الأنفتاح الذهل على المعلومات وكسر الاحتكار الرسمى لها ، إما عن طريق البث التليفزيونى العابر للحدود أو شبكة الإنترنت .ويمكن القول بأن عولمة الإعلام هي عملية تهدف إلى التعظيم المتسارع والمستمر في قدرات وسائل الإعلام على تجاوز الحدود بين الدول والتأثير في المتلقين الذين ينتمون إلى ثقافات متباينة وذلك لدعم عملية توحيد ودمج أسواق العالم من ناحية وتحقيق مكاسب للأطراف المهيمنة على صناعة الإعلام والإتصال من ناحية ثانية،وينطوي مفهوم عولمة الإعلام على مجموعة من الأبعاد والمكونات الأساسية التي يوجزها عدد من الباحثين وهي :(20)

1. أن عولمة الإعلام هي عملية متسارعة التغير وبالتالي لم تتشكل ملامحها النهائية بعد. فهي تمر بمرحلة إنتقالية وذلك لسببين رئيسين :

الاول : أن عولمة الإعلام تعتبر أحد أبعاد عملية أوسع هي عولمة الإقتصاد والإجتماع والسياسة والثقافة ونظراً لعدم إستقرار أو تبلور عملية العولمة فأن هناك مجموعة من الرهانات والتحديات الإقتصادية والسياسية والثقافية التي تحدد مسار تطور -ـ بل ومستقبل ـ عملية عولمة الإعلام .

ومجمل هذه الرهانات يقوم على تماثل جوهر عملية العولمة في مجالات الإعلام والإقتصاد والإجتماع والسياسة والثقافة باعتبارها إسقاطاً للحدود السياسية وتوحيداً ودمجاً للأسواق وبالتالي وجود إرتباط وثيق وتأثيرات متبادلة بين هذه المجالات الأربعة .

السبب الثاني : إن عولمة الإعلام تعتمد في بعد مهم منها على نتائج الثورة لعقود قادمة وستدفعها إلى الأمام ((التطبيقات)) الجديدة أي الأدوات في مجال الإتصالات والتي بدأت لتوها وسوف تستغرق تطوراتها مدة طويلةً .

2. الترابط والتكامل بين مجالات الإعلام وتكنولوجيا الإتصال ومجتمع المعلومات بحيث أصبح من الصعب تعريف الإعلام أو الإتصال بمعزل عن تكنولوجيا الإتصال والمعلوماتية ، فالثورة في تكنولوجيا الإتصال أوجدت وسائل جديدة في الإتصال مثل البث التلفزيوني الفضائي والتكنولوجية الرقمية التي وفرت إمكانيات هائلة لإستقبال الصوت والصورة بدقة وبنقاء غير مسبوقين وكذلك وسائل الإعلام المرئية التفاعلية والفيديو تحت الطلب ، والصحافة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت ووسائل الإتصال المحمولة علاوة على التطبيقات المختلفة للوسائط المتعددة وقد إرتبطت هذه الوسائل والتطبيقات بالمعلوماتية المتعددة، وبداية الدخول في مجتمع المعلوماتية الذي لم تتبلور معالمه بعد .حيث أتاحت وسائل وتطبيقات الثورة التكنولوجية المرتبطة بالإعلام والإتصالات والمعلوماتية إمكانيات وإختيارات هائلة وأيضاً تحديات أمام الافراد

والمجتمعات فقد تعاظمت قدرة تكنولوجيا الإتصال على تجاوز الحدود السياسة والنفاذ عبر الثقافات وأتاحت تكنولوجيا الإتصال التفاعلية واللاجماهيرية واللاتزامنية وقابلية التوصيل والشيوع والكونية .

3. النمو الهائل في إقتصاديات الإعلام والإتصالات والمعلومات، وقد أفضى هذا النمو إلى مزيد من التداخل بين عولمة الإعلام وعولمة الإقتصاد، فعولمة الإعلام ليست مجرد تعظيم في قدرات الإعلام على الدعوة إلى عولمة الإقتصاد أو الثقافة أو مايعرف أحياناً بنشر أيديولوجيا العولمة، أي أنه ليس مجرد أداة أيديولوجية بل إن عولمة الإعلام أصبحت جزءاً أصيلا من عولمة الإقتصاد وذلك بالنظر الى الدور الكبير لقطاع الإتصالات والإعلام والمعلومات في إقتصاديات الدول الكبرى والأسواق العالمية،بمعنى إن الإعلام أصبح صناعة وقطاعاً مؤثراً في الإقتصاد العالمي ويمثل هذا القطاع 40% من الإنتاج الصناعي العالمي ويضم أكثر من 60% من اليد العاملة في العالم الصناعي .

4. توسيع الخيارات والبدائل الإعلامية المتاحة أمام الجمهور فقد وفرت تكنولوجيا الإتصال والمعلوماتية وبصورة غير مسبوقة مئات القنوات التليفزيونية ومئات المحطات الإذاعية وعشرات الصحف والمجلات المحلية والدولية فضلا عما توفره من وسائل الإتصال الأحدث والمرتبطة بالمعلوماتية .ويركز خطاب عولمة الإعلام على ان آليات السوق ــ ومدى إقبال الجمهور بغض النظر عن جنسيته أو ثقافته ــ هي التي ستقود تطور وسائل الإتصال والإعلام كما يؤكد أن المنافسة ستكون دائما في مصلحة الجمهور الذي سيضمن الحصول على خدمات إعلامية جيدة تلبي احتياجاته وبأسعار رخيصة .والمتأمل في أطروحات هذا الخطاب يكتشف بسهولة أنة يتعامل مع الإعلام ومنتجات الثقافة على أساس كونها سلعا يجري تداولها في سوق موحدة لاتوجد فيها خصوصيات سياسية أو ثقافية ، فالأفضلية للسلعة أو الخدمة الأجود والأرخص .على أن هذا الخطاب يتجاهل عن عمد الطابع الأمريكي المهيمن على صناعة

الإعلام والإتصالات الدولية والذي تزايد بصورة ملحوظة منذ نهاية الثمانيات نتيجة تطور تكنولوجيا الإتصال والإعلام الأمريكية والتحولات السياسية في النظام الدولي .

5. تقليص دور الحكومات والمنظمات الدولية في تنظيم بيئة الإعلام والإتصالات المحلية والدولية لصالح الشركات الإحتكارية متعددة الجنسية وذلك من خلال الدعوة إلى تغير التشريعات والنظم التي تعوق التدفق الحر للمعلومات والصور والرموز بين الدول أو تمنح الحكومات أدواراً ووظائف إعلامية كالتخطيط والرقابة والمنع والمصادرة . وفي هذا السياق تطرح عولمة الإعلام مهام خصخصة وسائل الإعلام والإتصال وإنهاء دور الدولة في مجالات الإعلام خاصة في دعم وسائل الإتصال المحلية أو الإنتاج الإعلامي .

ويرتبط إنتشار وسائل الإعلام ، وإستهلاك المواد الإعلامية ، بالتطور الحضاري للمجتمعات وبقدرتها على إستيعاب التكنولوجيا الإعلامية وتفاعلها مع الرسالة الإعلامية كوظيفة حضارية .

ولابد من الإقرار بأن بقاء الهوة التكنولوجية الإعلامية بين الدول المتقدمة والنامية سيبقي الهيمنة الإعلامية للدول الصناعية في مجال المعلومات والإعلام لسنوات طويلة . وستضرّر الدول النامية ، ومنها الأقطار العربية ، من جراء هذا التعاون والهيمنة بحيث تكون هذه الدول غير قادرة على الحفاظ على استقلالها السياسي وأمنها الثقافي بسبب التفوق التكنولوجي للغرب ، بل إنها ستصبح معرضة لإختراقات مستمرة وحادة لمعتقدات وأفكار وأيديولوجيات تتعارض مع أنظمتها السياسية والاجتماعية والثقافية .لهذا علينا أن نقرّر من البداية بأن دراسة الإعلام في عصر العولمة يقترن بمحددات موضوعية ترتبط بعوامل كثيرة أهمها الفجوة الكبيرة في تكنولوجيا الاتصال والإعلام بين الدول النامية والمتقدمة , وضعف الأمتلاك في مجال أجهزة وسائل الإعلام والاتصال .

وهذا يدعونا إلى دراسة الخريطة الإعلامية الدولية من أجل تثبيت الحقائق والخروج باستنتاجات منهجية لواقع الإعلام في عصر العولمة.

وإذا ما تحدثنا بلغة الأرقام .... فهناك أكثر من دلالة نكتشفها من خلال بعض (العينات) الرقمية التي أخذت من مصادر دولية رصينة (21) .

1. هناك ما يقارب من 8 بليون إنسان يعيش في العالم . منهم حوالي 10% يعيشون في الدول المتقدمة و 85% في الدول النامية .
2. دخل الفرد ، حسب احصاءات البنك الدولي ، 25.000 ألف دولار في الدول المتقدمة و 1000 دولار في الدول النامية .
3. يعاني العالم الثالث من ديون بلغت 1945 مليار دولار . إضافة إلى أعباء الديون المترتبة عليهم .
4. هناك في العالم المعاصر 600.000 ألف مدينة وقرية تفتقر إلى الكهرباء تضم نحو بليوني إنسان .
5. هناك 80% من سكان العالم ليست لديهم الوسائل الأساسية للاتصالات السلكية واللاسلكية .
6. مستخدموا الهاتف النقال لكل ألف فرد من السكان 1.2% في دول الجنوب و 84.2% في دول الشمال .
7. مستخدموا الإنترنت لكل ألف فرد من السكان 0.60% في دول الجنوب و 203.4% في دول الشمال .
8. الحاسب الآلي الشخصي لكل ألف فرد من السكان 1.8% في دول الجنوب و 201% في دول الشمال .
9. - عدد أجهزة التلفزيون لكل مائة شخص في الدول المتقدمة(4) أضعاف ما هو موجود في البلاد النامية .

-عدد أجهزة الراديو لكل مائة شخص في الدول المتقدمة(6) أضعاف ما هو موجود في البلاد النامية .

- عدد خطوط التلفون لكل مائة شخص في الدول المتقدمة (12) أضعاف ما هو موجود في البلاد النامية .

10. مواقع الإنترنت

- **82 % من المواد باللغة الإنكليزية .**
- **4 % باللغة الألمانية .**
- **1.6 % باللغة اليابانية .**
- **1.3 % بالفرنسية .**
- **1 % أوربية .**

11. سيطرة الدول الصناعية على إنتاج الإلكترونيات

- **47 % اليابان والشرق الأقصى .**
- **23 % أمريكا الشمالية .**
- **22 % أوربا الغربية .**
- **18 % بقية العالم .**

ماذا نستنتج من هذا الواقع الإعلامي ؟

1. **مركز المصادر الإعلامية والثقافية والمعرفية من حيث الانتاج والتوزيع بكافة أشكاله في الدول التي تحتكر مصدر القوة الاقتصادية والعسكرية**
2. **أن التدفق الشامل للأنباء والمعلومات يأخذ طريقه من العالم الصناعي الذي يضم ثلث سكان العالم إلى العالم النامي الذي يضم ثلثي سكان العالم , وأن أكثر من 80 % من الأنباء الموزعة يومياً في العالم تتولى انتاجها وكالات عالمية لا يتجاوز عددها (5) وكالات فقط .**
3. **إن الصراع المستقبلي سيكون موجهاً للسيطرة على الحاسوب والتلفزيون والهاتف التي يمكن صهرها على الإنترنت . ولهذا سيكون**

بإمكان المجموعة التي تسيطر على تقنية الإنترنت أن تسيطر على العالم مستقبلاً .

4- يتجه السوق والمنافسة في هذا العصر عملياً وفقاً لنظرية داروين (البقاء للأصلح) . وهذا يعني أن الدول والأمم والشعوب التي لا تقدّر على المنافسة ، سيكون مصيرها الإنقراض . وهذا يعود إلى الفجوة الكبيرة بين الدول المتقدمة والنامية في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
5- وجود تغييرات كبيرة في الخريطة الإعلامية الدولية متمثلة بالإنفجار النوعي والكمي لآليات التحرير والتوزيع للإنتاجات المرئية والصوتية ، وبروز مجاميع بيانات الاتصالات العالمية ، وتطوير انتاجات الترفيه والتسلية والمعلومات للذوق العالمي وليس المحلي .
6- نجح العالم الصناعي في تحويل صناعة الإعلام من صناعة كثيفة الإبداع إلى صناعة تقليدية كثيفة رأس المال ، حيث أخطر أنواع الإحتكار هو إحتكار الإنتاج الإعلامي وإحتكار مضمون الرسالة الإعلامية.
7- بروز ظاهرة العامل التقني المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات خاصة فيما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية وإندماج هذه العناصر في توليفات تصالية عدّة أبرزها شبكة الإنترنت.

الشركات الإعلاميّة وقولبة الوعي:

ومنذ الثمانينات في القرن العشرين بدأ التحول في اتجاه العولمة في مجال الإعلام ، فكانت البداية أفرعاً لمؤسسات وموزعين لمنتجات إعلامية ، ثم تطورت الامور مع التوسع الاقتصادى ، والنمو السكانى والانفتاح السياسى بين الدول وتفهم المجتمعات لحاجتها للمواد الإعلامية ، مما ساعدها على تطوير ادوات ايصال هذه المواد مستفيدة من التطور التقنى الواسع في ميدان الاتصالات.ويمكن وصف المواد الإعلامية في عصر العولمة إنها تحولت إلى

سلعة ، ومادة للأستهلاك ، ونشر ثقافة الأستهلاك وتوحيد الثقافات أو تقليصها في ثقافة واحدة .

والعولمة في الميدان الإعلامى تقوم بدور (القولبة) كما عبّر عنها المفكر محمد عابدالجابرى[22] التي تعنى وضع الشىء في قالب ، بمعنى قولبة الوعى وبالتالى السلوك وهذا يتم من خلال نمطين من الإعلام :

1- الإعلام الخبرى لنشرات الأخبار والتعاليق والحوادث والإعلام الوثائقية وغيرها من الوسائل والمنتجات التي تقوم بعملية التكييف الايديولوجى لصالح الجانب السياسى للعولمة.

2-الإعلام التجارى أو الإعلان الذى أصبح تقنية عالية عظيمة التأثير في الوعى واللاوعى ، في السلوك والفكر والعادات ، ويقوم بالتكيف الوجدانى والسلوكى لصالح الجانب الاقتصادى فيها.

وتعتبر عولمة الرسالة الإعلامية أهم تطور إعلامى في السنوات الأخيرة في بلدان الغرب. ولا يخلو اليوم أية ظاهرة من ظواهر الحياة والسياسية والاقتصادية والاجتماعية الا ولعبت فيها وسائل الإعلام دوراً يكاد يكون الاهم حتى بالنسبة لما تحتوية هذه الظواهر من معنى في المجتمعات المعاصرة.

وقد أصبحت العولمة الإعلامية تمثل قيمة اقتصادية متناميّة وبخاصة في ظل أقتصاد المعلومات الذى أصبح السمة الأساسية للأقتصاد العالمى ، حيث بلغت استثمارات صناعة المعلومات أكثر من 3 تريليونات دولار سنوياً ، بعد أن كانت هذه الاستثمارات لا تتجاوز 350 مليار دولار عام 1980.

وهكذا تشكلت ثقافة عالمية ناتجة عن ظهور نمط من الشركات متعددة الجنسيات يمتلك ويهيمن على وسائل الإعلام الجماهيرية ، مما سبب ظهور نمط من الثقافات والإيديولوجيات ذات التوجه الاستهلاكى .

ويلاحظ انه كانت هناك 50 شركة كبيرة تسيطرة على معظم الوسائل الإعلامية الأمريكيّة عام 1983 , وتقلص هذا العدد الى 23 شركة عام

1990 ، وبنهاية القرن العشرين بدات ملامح تكتلات اعلامية انحصرت في 7 شركات عملاقة. ومع بداية هذا القرن سيطرت شركات عملاقة على صناعة الاعلام بكل مكوناتها، تلفزيونات، صحافة مطبوعة، اذاعات، افلام، شبكات انترنيت، موسيقى، فديوا العاب.... الخ.

وتشير الإحصائيات(23) الى وجودسبعةمجموعات رئيسية كبرى تعمل في الأنشطة الإعلامية على مستوى العالم ، أربعة منها أمريكية ، وواحدة أوروبية ، وواحدة استرالية امريكية وهى :

1-مجموعة أون لاين تايم وارنر (AOL warner time) اكبر مؤسسة إعلامية في العالم من أنشطتها (24) مجلة منها تايم ، ومكتبة ضخمة في الإعلام (6000) ستة الآف فلم ، أما البرامج التليفزيونية فوصلت إلى (2500) برنامج ، بالإضافة إلى قنوات تليفزيونية مثل (CNN- TNT-HBO)وأخرى قناة (الحرة) الموجهة للرأى العام العربي.ويبلغ عدد مشاهدى المحطة الأخبارية (CNN) فقط (90) مليون شخص في عشرين دولة فقط ، ولدى (HBO)مليون مشترك حول العالم.وقد وصلت إيراداتها الى أكثر من 50 ملياردولار ،ولها أيظاً خدمة الإنترنتِ.AOL

2-مجموعة برتلزمان (Bertelsmann) وهى أكبر مجموعة إعلامية في أوروبا ، لها تعاون وتحالفات مع العديد من المجموعات الإعلامية الدولية في أوروبا واليابان ، ومن أنشطتها قنوات تلفازية في ألمانيا وبريطانيا وفرنسا أضف إلى ذلك (100) مئة مجلة في أوروبا وأمريكا مع شركات نشر للكتب بلغات أوروبية مختلفة .

3- مجموعة فياكوم (viacom) وهى من أقوى المجموعات الإعلامية الأمريكية ، ولها نشاط متواصل للتوسع الدولى ،ولها (39) محطة تليفزيونية ، إضافة إلى شبكات بث فضائى دولى امثال (شوتايم ونكلدون). أضافة الى(185) محطة اذاعية، وشبكات للكيبل بمافيها شبكة أم تي

في(MTV) ، وتمتلك 80% من شركة تأجير الفيديو الدوليّة العملاقة بلاكبو ستر.Blockbuster.

4- مجموعة ديزنى (Desny) وهى أكبر متحد لمجموعة (تايم وونر) في العولمة الإعلامية ، ولها حضور قوى في مجال الأطفال ،بل هي أكبر منتج لمواد الأطفال في العالم، ومن أنشطتها شبكة (ABC) التليفزيونية الضخمة في أمريكا التي تتبعها226 محطة،ومحطة(EBC) الأذاعية التي تغذي 4600محطة اذاعية اخرى، وقنوات تليفزيونية دولية متعدده بالأقمار الصناعية والكيبل مثل (ديزنى Espn)و(Disny)الرياضية بالإضافة إلى محلات تجارية باسم ديزنى ومراكز العاب وترفيه حول العالم ، مع سبعة صحف يومية وثلاث شركات لاصدار المجلات.

5- مجموعة نيوزكوبريشن(Newscoporation) وهى أكبر لاعب دولى في مجال الإعلام حول العالم ، ومن اعقدها و أوسعها ، لأن هذه المجموعة تبث بلغات البلدان المختلفة ، وتتميز بقدرتها على اختراق الدول ، ومن أنشطتها الإعلامية إصدارها (132) صحيفة و(25) مجلة في أستراليا وبريطانيا وأمريكا و(22) محطة تليفزيونية وشركة فوكس (FoX) للإنتاج السينمائى مع شبكة ستار (Star) للبث الفضائى حول العالم.ويسيطر مردوخ على أنظمة البث المباشر بالأقمار الصناعية التي تخدم اوربا وآسيا وأميركا اللاتينية بحيث تصل طاقته الى أكثر من110مليون مشاهد.

6-مجموعة TNT : وهى مجموعة إعلامية متخصصة بالبث التليفزيونى عبر الكابل والأقمار الصناعية من خلال نظام الاشتراكات.

7- جنرال إليكتريك(General Electric)، التي بلغت ارباحها لعام 2002م 31 مليار, تمتلك شبكة ان بي سي NBC و220 محطة تابعة,

وتضم 4 شبكات من الكابل والاقمار الصناعية حول العالم, وتمتلك شبكة تيليموندو Telemundo احد اكبر الشبكات للناطقين بالاسبانية.

وهناك مجموعة إعلامية أخرى على صنفين:

الأول : يمثل النشاط الإعلامى جزءً من نشاط أوسع للشركة الأم .

الثانى : مجموعات إعلامية أصغر (من حيث الداخل) مثل يونيفيرسال ، بولى جرام ، سونى اليابانية ، وهولنجر الكندية .

ويرى الدكتور ابو العينين بأن النشاط الإعلامي يرتبط بأعتبارات مهمة أبرزها:

اولاً: ان عولمة النشاط الاعلامي لم تتحقق بعد بالصيغة التي ربما تكون قد استقرت لدى الكثيرين.

ثانياً: ان ما تحقق عينياً هوعولمة الرسالة الاعلامية بفضل سقوط الحواجز وهي ظاهرة «تقنية» اكثر من كونها ظاهرة سياسية أو ثقافية على الرغم من تأثيراتها السياسية الثقافية.

ثالثاً: ان درجات استجابة الانظمة الاعلامية الوطنية للتغييرات التي تفرضها عولمة صناعة الاعلام متفاوتة الى حدود بعيدة، الامر الذي ينفي بشدة حقيقة أن تكون العولمة سمة أساسية لانشطة وسائل الاعلام عبر مناطق العالم المختلفة في الوقت الراهن.

رابعاً: ان عولمة النشاط الاعلامي، حيث توجد الان، ليست ظاهرة حديثة تنتمي للعقدين الاخيرين من القرن الماضي، ولكنها تعبير عن تطور تاريخي تمتدّ جذوره الى القرن التاسع عشر، وان كانت خطاها قد تسارعت في الربع الاخير من القرن العشرين.

وينطلق نقاش الباحث من افتراض اساسي في هذا المجال وهوأن هناك «ثمة علاقة وثيقة ربطت بين عولمة النشاط الاعلامي وتصدير الرأسمالية التجارية عبر تطورهما التاريخي، وأن تلك العلاقة هي التي تحكم التطورات

الراهنة والمستقبلية في صناعة الاعلام من دون أن ينفي ذلك تدخل عوامل اخرى». ويدعم هذا الافتراض العوامل التالية:

1) التزامن بين ظهور النشاط الاعلامي خارج الاسواق الوطنية الرأسمالية وتصدير الرأسمالية الصناعية والتمدد التجاري في الاسواق الخارجية.

2) الاختلاف الموجود في عولمة الانشطة الاعلامية التي تطرح على الصعيد العالمي وتنعكس في الانظمة الاعلامية الوطنية الغربية.

3) خضوع اكبر نسبة من الانشطة الاعلامية الدولية لعدد من الشركات العالمية العملاقة ونموالشركات الاعلامية العالمية تبعاً لنموتلك الشركات.

4) وحدة العمل والمنشأ للشركات العالمية العملاقة مما يشير على انسجامها في الاصعدة المختلفة.

5) تماثل التوزيع الجغرافي للمستوى الذي تحقق من عولمة الانشطة الاعلامية مع توزيع الاستثمارات التجارية والصناعية للشركات العالمية متعددة الجنسيات مما يدل على انهما حقيقة واحدة.

6) الاختلاف في تأثير النشاط الاعلامي عبر الوسائل الاعلامية المختلفة. فصناعة التلفزيون مثلاً هي الاكثر تأثراً بسياسات العولمة.(24)

وذا اعتمدنا منهجيّة تحليلة نقديّة لمفهوم العولمة , فإننا نجد أنفسنا أمام محاذير متعددة واحتمالات مستقبلية صعبّة خاصة بالنسبة إلى المجتمعات التي لا تملك موادر كافية للمنافسة , ولا امكانيات ذاتية تخولها دخول السوق العالمية وتحصيل حصتها من الإستثمار والانتاج والترويج .وهناك من يعتقد بأهمية العولمة في الحياة الدولية باعتبارها مناسبة متاحة أمام المجتمعات لتبرز قدراتها ، لتتنافس ولتنافس وتستفيد من الموارد المالية الموجودة في الأسواق العالمية ، ولتحقق رخاءها ونموّها ، أى أن تحقق تقدماً على الطريقية الأمريكية . وهناك من يعتقد بأنها ((تهميش للعالم النامي))

وتدمير لثقافته إضافة إلى آثارها الاقتصادية والاجتماعية. ويمكن أبرازاهم سلبياتها بالنقاط التالية : (25)

المستوى الحضاري والقيمي :

- تفكك التضامن الاجتماعي ، واستشراء وتائر التفقير والفردانية .

- تفريغ الإنسان من مضامينه الروحية والإنسانية والحضارية ، واختزاله إلى مجرد منتج أو مستهلك ، رغم وفرة الانتاج وكثافة المغريات . فرغم التخمة ثمة تفريغ للإنسان على المستوى الأخلاقي والحضاري .

- استشراء العنف المسلط على الإنسان وخاصة العنف المسلط على البيئة مثل التلاعب بالبيئة البشرية وخاصة بالجينات . فالاستنساخ يمكن اعتباره وجهاً مكملاً للعولمة ، حيث إن الاستنساخ والعولمة يبقيان صناعة التمثال .

1-المستوى الإعلامي والثقافي :

- العولمة الإعلامية تسعى من خلال تكنولوجيا الثورة الاتصالية إلى نشر (مبدأ التماثل) وتحميه ليصبح التماثل بذلك أمراً واقعاً ، وتحويل المجتمع إلى كتلة متشابهة.

- تنميط الحياة اليومية بحكم فراغ ما يسمى بالمخيال الجماعي وخوائه وظهور نمط واحد من الواقع المعيشي يتصف بالتماثل السكوني. وهكذا نجد العولمة الإعلامية تركز هذا اليوم على حوادث العنف بين الجيران وقضايا القتل وحوادث الطرقات والحرائق والدعارة ... إلخ ويتم في مقابل ذلك إغفال لعدد مشاكل البشرية ، وتباين اهتماماتها والتحكم في مستويات الإنسان .

- تنميط المشاعر الإنسانية والتحكم في تشكلّها وفق منطق معين من الأولوية والأهمية ، فالتحكم الإعلامي في المشاعر البشرية وتحديد أهميتها

وبرمجة أولويتها هو تحكم في المخيال الجماعي وبالتالي تحكم في ثقافات الشعوب.

- تعميق وظيفة (التشيؤ) بإحلال عالم الموضوعات محل العالم الإنساني ، محل الذوات والأشياء محل الأفراد ، باختزال القيمة الإنسانية إلى قيمة سلعيّة.

- تعميق ثقافة الاستهلاك ، وجعل الثقافة مجرد ((سلعة)) لتسطيح الحياة .

وهناك من يعتقد أن العولمة لها إيجابياتهاعلى العالم الثالث، ومن ضمنها الأقطار العربية أبرزها :

1-تتيح للعرب والعالم الثالث منفذاً ولو محدوداً للأستفادة ، وربما للمشاركة في ثورة تكنولوجيا الاتصال الإعلام المعلوماتية .

2-كثرة وتعدد وسائل الإعلام وأختراقها للحدود السياسية للدول وتوافر تطبيقات الوسائط المتعددة ، قد يقلل من قدرة الإعلام المحلى على أخفاء الحقائق ، والهيمنة السياسية ، وتزييف وعى مواطنيه .

3-أنتشار تكنولوجيا الإتصال قد يدعم التنوع الثقافي داخل الثقافة حيث تتيح لكل الجماعات الثقافية الفرعية في أطار المجتمعات في التعبير عن نفسها .

4-أن خصخصة وسائل الإعلان والسماح للقطاع الخاص بالإستثمار قد يؤدى إلى تعميق الديمقراطية ، ويدعم من مؤسسات المجتمع المدنى .

وعلى كل حال ، فأننا نرى بأن العولمة لايمكن رفضها لاعتبارات عديدة ،أبرزها الفجوة الكبيرة في مجال تكنولوجيا الإعلام والإتصال بين العرب والغرب آضافة إلى البعد الحضارى في مجال بناء المؤسسات السياسية والاجتماعية والتكنولوجية للعرب ، والخلل الواضح في النظام السياسى العربي ، وأنعدام مبدأ الديمقراطية وحق الإتصال والتعبير . ولذلك فأن

التحديات كبيرة ، ولايمكن لدول العالم الثالث الا أن تأخذ من العولمة ما يفيدها وترفض ما يهدد أمنها وأستقلالها وقيمها وهويتها ، وهذا لا يتم ألا بالمشاركة الفعالة مع العصر وثوراته التكنولوجية،وتحصين مجتمعاتها بالعلم ، وخلق البيئة الصحية للأبداع ، وإعطاء الحق لمجتمعاتها بالمشاركة في صنع القرارات ، والتعبير عن أفكارها بحرية بعيدة عن القمع والقسر ، وأخيراً لايمكن مواجهة العولمة الاّ بتحقيق الديمقراطيّة في المجتمعات العربيّة.

هـوامش

1-Fernando Reyes Mata. "Asocial View of Information in Geoge Gerbner and Marshall Siefert (eds) World" Communication: Hand book (N.Y) Longman (1984 – P 64).

2-د. مصطفى المصمودي. النظام الاعلامي الجديد. سلسلة عالم المعرفة. العدد 94 الكويت 1985. ص 8

3-المصدر السابق (ص 22)

4-المصدر السابق (ص8-9)

5-حمدي قنديل. الجوانب الفلسفية و القانونية للحق في الاتصال. حق الاتصال. اعداد دائرة الشؤون الثقافية العامة. سلسلة دراسات رقم (318). دار الرشيد بغداد 1982.ص 25

6-المصدر السابق ص 25

7-د.محمد الجوهر، النظام الاعلامي الدولي الجديد. محاضرات مطبوعة بالرنيو. بدون تاريخ ص 39

8-شون ماكبرايد، اصوات متعددة و عالم واحد. مصدر سبق ذكره. ص 107- 108

9-د.مصطفى المصمودي، النظام الاعلامي الجديد. الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر 1981 ، ص 102- 108

10د.مصطفى المصمودي، النظام الاعلامي الجديد و تطبيقاته في المنطقة العربية. مجلة المستقبل العربي. العدد (12). بيروت 1980. ص98

11: د.مالك بن إبراهيم الأحمد، العولمة في الإعلام، موقع:

12- - سيد ياسين ، مفهوم العولمة ، ملف العرب والعولمة ، مجلة المستقبل العربي ، مركز دراسات الوحدة العربية ، العدد 228 ، بيروت 1998 ، ص 5.

13- محمد الأطرش ، العرب والعولمة : ما العمل ، مجلة المستقبل العربي ، العدد 3 ، بيروت 1998 ، ص 101.

14-د. جلال أمين ، العولمة والدولة ، المستقبل العربي ، العدد 228 ، بيروت ، 1998، ص 23.

15-Anthony 6 – McGrew and Foul G. Lewis , Global Politics; Globalization and the National state, (Cambridge, M. A. : Rlacthlell Publishers, 1990, pp. 3-4.

16 -د. محمد عابد الجابري ، العولمة ، العولمة والهوية الثقافية، مجلة المستقبل العربي، العدد 228 ، بيروت ، 1998، ص 17.

17-د. نايف علي عبيد ، العولمة والعرب ، المستقبل العربي ، العدد 221 ، بيروت ، 1997، ص 28.

18-د. إبراهيم بن ناصر الناصر ، العولمة مقاومة واستثمار ، ملف العولمة ، البيان ، WWW.Albayan-magazine.com

19-المصدر السابق ، ص 5.

20- للتفاصيل أنظر : انطوان زحلان ، العولمة والتطور الثقافي ، العرب والعولمة 2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 1998، والعربي بو شهاب ، تكنولوجيا الاعلام في العالم الثالث ، مجلة فكر ونقد ، العدد 209 ، المغرب 2000.

21- للمزيد من الاحصائيات أنظر كتاب : مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ، هكذا يصنع المستقبل ، أبوظبي .2001

22 -د. محمد عابد الجابري ، العولمة ، العولمة والهوية الثقافية، مجلة المستقبل العربي، العدد 228 ، بيروت ، 1998، ص 17.

23- للمزيد من الاحصائيات أنظر كتاب : مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ، هكذا يصنع المستقبل ، أبوظبي .2001

24- د. حسن بشير، العولمة الإعلاميّة تمثل قيمة اقتصادية متنامية، موقع:www.balagh.org

25-المنصف وناس ، مضامين العولمة الاتصالية والثقافية ، مجلة الاذاعات العربية ، اتحادات اذاعات الدول العربية ، العدد (2) ، تونس 1998، ص23

الباب الثاني

العرب تحت إحتلال الإعلام

الفصل الأول

تلوث البيئة العربيّة بطوفان المعلومات

الفصل الأول
تلوث البيئة العربيّة بطوفان المعلومات

إذا كان الإعلام في بداية القرن العشرين ، وخاصة أثناء الحروب والأحداث الكبيرة ، أعلام الكلمة المسموعة بحدودها المغلقة لاعتبارات تكنولوجية وجغرافية ، فان الإعلام الرقمي المعاصر يمتلك خاصية التفرد بمزايا العلم والتكنولوجيا ، والتفرد بخصائص العالمية بمعناها الشمولي . فقد أضحى الإعلام بمنطلقاته الفكرية يشكل ابرز ظاهرة حياتية تتداخل مع ميادين الحياة الأخرى بل يعكس نمطها وتقاليدها بشكل أو بآخر حسب المنطلقات الأيدلوجية .

وبمعنى آخر فان وظائفه في ظل التقدم العلمي والتقني تعددت وتشعبت في ظل المتغيرات الدولية وتعقيداتها . فهو أداة مهمة لإدارة حرب المعلومات والحرب النفسية بمضامينها المختلفة ، وأداة لتشكيل الرأي العام والتحكم باتجاهاته ، فقد أصبح من الشمول والأهداف المتعددة في عصر تكنولوجيا الاتصال وانفجار المعلومات ، ظاهرة العصر الجديد بما يعنيه من تعددية الوظائف التي يقوم بها في ميادين الحياة المختلفة .

فالإعلام المعاصر استطاع أن يحطم الحدود ويلغي المسافات بين الدول ويؤسس له علاقة تفاعلية مع العلوم والمعارف لإيجاد فهم مشترك لظواهر الحياة الجديدة وتفاعلاتها . وبمعنى آخر إيجاد معادلة تضمن تحقيق فاعلية أكبر للعملية الإعلامية في حياة البشر .

وبقدر ما يقوم به الإعلام من خدمات كبرى في تطوير الحياة وتنمية المجتمعات بالاتجاه الذي يؤدي إلى زيادة المعارف وتوسيعها ونقلها وتعبئة الرأي العام فيما يتعلق بالقضايا التي تتحكم في تطوير الإنسان أو التي يتوقف عليها بقاء الجنس البشري ، فانه بسبب ارتباطه بالمصالح والاحتكارات ،

وبقدرات الدول الكبرى تكنولوجيا وتقنيا ، فقد أضحى أداة خطيرة للهيمنة والغزو الثقافي لاختراق العقل البشري وتدميره .

وهذا ما يفسر لنا استخدام الدول المتقدمة للإعلام الدولي بقصد الغزو والسيطرة وغسل العقول بحيث تفوق أساليب الإعلام ومضامينه في فعاليتها وتأثيرها الجيوش المسلحة . وهو ما يفسر أيضا استثمار الغرب إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتحقيق أهداف استراتيجية يراد منها الهيمنة السياسية والفكرية ، وتفتيت الدول وشعوبها وضمانا لوجودها المستمر فكريا ونفسيا وسياسيا في هذه الدول .

ولقد تسبب الوضع الدولي في حرمان الكثير من الدول النامية ، ومنها الأقطار العربية ، إلى الكثير من الامتيازات التي تحققها التكنولوجيا المتطورة في مجال الإعلام والاتصال ، وجعلها في كثير من الأحيان غير قادرة بسبب التفوق التكنولوجي للغرب ، وهيمنة المؤسسات الإعلامية الدولية على سير المعلومات وتدفق الأخبار .

وينبغي أن نتذكر ، ونحن نتحدث عن التدفق الحر للمعلومات ، بعض الحقائق الدولية الراهنة في مجال الإعلام الدولي :

1- هناك سيطرة دولية على نشر الأنباء من قبل مجموعة قليلة من وكالات الأنباء الأميركية والغربية . حيث تنشر هذه الوكالات ما يقارب 90% من معلومات العالم .
2- أن الصحف والمطبوعات الكبيرة التي لها انتشار دولي كبير ومؤثر تصدر في الولايات التحدة الأميركية وبريطانيا وفرنسا .
3- أن أخبار التلفاز وبرامجه وأفلامه تعتمد بشكل رئيسي على المواد الأولية المنتجة في الولايات المتحدة الأميركية وبريطانيا .

4- أن الجهود التي تبذل بشكل فعال لبيع الإنتاج التلفازي تأتي بشكل عام من المؤسسات الغربية . فهناك ثلثا الإنتاج المباع يصدر عن الولايات المتحدة الأميركية وحدها (1).

5- أن برامج الراديو الموجه للدول الأجنبية تبث معظمها من محطات الدول الصناعية مثال ذلك صوت أمريكا ، هيئة الإذاعة البريطانية ، مونت كارلو وغيرها .

6- سيطرة المحطات التلفازية الدولية الأميركية والغربية على تدفق المعلومات وانتشارها دوليا بحيث (أصبحت شبكة C.N.N لها وجود فعلي في أكثر من مائة دولة في العالم ، واحتلت شبكة M.T.V الخاصة بالأغاني والموسيقى بيوت 43 مليون أوروبي فقط)(2)

وهذا يعني أن احتكار المواد الإعلامية يتحدد في مكان معين وبالذات في ثلاث أو اربع دول من بين أكثر من (150) دولة في العلم مما يعكس حقيقة نشر المواد الإعلامية والدعائية.

إن معادلة العصر تشير إلى حقائق جوهرية لا يمكن إنكارها تتمثل في الخلل الناجم عن التوزيع غير العادل في الخريطة العالمية للإعلام ، وما تسببه من أضرار فادحة على مستقبل الإنسان وثقافته في العالم الثالث، إضافة إلى بروز ظاهرة طوفان المعلومات المتدفق إلى الجنوب وما يسببه من نتائج سلبية على النظام الإعلامي الوطني وتهديده لأمن الدولة ثقافيا وإعلاميا . كما يمكن أن نشير أيضا إلى أن الثورة الفضائية المتمثلة في الأقمار الصناعية التي تملأ المحيط الفضائي الدولي بشبكاتها وما ينتظرها من دور مستقبلي في صياغة نظام جديد للاتصالات والمعلومات ، ستؤدي إلى تكريس مفاهيم أخرى لمرتكزات الأمن القومي وتقاليده.فالثورة الفضائية التي تتحكم بها الآن دول صناعية قليلة ستخلق المزيد من الهيمنة الإعلامية ، والمزيد من المشكلات والصعوبات للدول النامية ، لان هذه الثورة ، كما يبدو ، تريد أن تستثمر هذا

التطور لتحقيق السيطرة على النظام الدولي وتكريس ((الهيمنة الفضائية)) كبعد للسيطرة السياسية والإعلامية والثقافية .

فلسفة الغزو والتدفق الإعلامي

تنطلق فلسفة الغزو الإعلامي من مبدأ التدفق الحر للإعلام والمعلومات ، ومن جانب واحد . وهي ترتبط أساسا بأصولها الفكرية والأيدلوجية وقوانين تطورها السياسي والإعلامي حيث تستمد مبادئها الفكرية من المدرسة الغربية والرأسمالية التي تؤمن بان النظام الحر لتدفق المعلومات هو الصيغة المثلى لسريان المعلومات دون قيود أو ضوابط .

ووفقا لهذه النظرية ، فان الفلسفة التي طرحتها الولايات المتحدة الأميركية منذ القرن التاسع عشر وحتى الآن بما يتعلق بمبدأ (التدفق الحر للمعلومات) يستند إلى تبريرات عديدة أبرزها:

1- لكي يصل الإنسان إلى الحقيقة عن طريق العقل يجب أن تتاح له حرية الوصول إلى المعلومات .
2- الرقابة تنتهك الحق الطبيعي في حرية القول .
3- إذا كان للإنسان أن يكتشف الحقيقة ، فيجب أن تتوافر له جميع المعلومات والأفكار(3)

وكان واضحا أن هذه التبريرات أغفلت الكثير من الحقائق المتعلقة بالنظام الإعلامي الدولي ومكوناته الجوهرية المتمثلة بالفجوة الكبيرة بين عالم الشمال ، وعالم الجنوب في مجال الاتصال والإعلام ، وتركيبة المؤسسات الاحتكارية ونظامها الاقتصادي الأخطبوطي . بل أن هذه التبريرات أهملت بقصد مسبق ، الواقع المزري لعالم الجنوب بما يتعلق بضعف امتلاكها لوسائل الإعلام الجماهيري وبعدم قدرتها على منافسة التكنولوجيا الإتصالية والثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم الغربي الصناعي ، والذي يتحكم اليوم من خلال احتكاراته الإعلامية على تدفق المعلومات ومضامينها .

إن إبقاء مبدأ (التدفق الحر للمعلومات والإعلام) كوسيلة من وسائل الغزو الفكري المنظم للشعوب ، هو بمثابة تكريس لنظام سياسي دولي وهو نظام الاحتكارات الرأسمالية وأفكارها وتقاليدها بقصد خلق أنماط (الاستعمار الإعلامي) والهيمنة الفكرية لتحقيق هدفين :

1- الهدف السياسي ، وهو دعم القيم الأميركية في أنحاء المجتمع الدولي لتحقيق السيطرة ، واحتلال عقول البشر ، وتعميق الموديل الأميركي في الحياة .
2- الهدف الاقتصادي : لتحقيق مكاسب للاحتكارات الإعلامية الكبرى وزيادة الأرباح ، وتوسيع شبكة الأعمال الأميركية لأهداف اقتصادية وسياسية معا .

ويرى أحد كتاب الغرب بأن الهيمنة الاتصالية هي جهود واعية ومنظمة تقوم بها الاحتكارات الأميركية في المجالين العسكري والاتصالي للمحافظة على تفوقها ، وبالتالي نفوذها في المجالات المختلفة الأخرى . ويشير إلى أن هذه الجهود تأخذ شكلين اثنين ، الأول : مباشر عن طريق وزارة الدفاع الأميركية التي تساهم في وضع السياسة الوطنية الأميركية في مجال الاتصالات ، والثاني : غير مباشر ، عن طريق الشركات الأميركية الخاصة مثل (NBC , RCA) التي تعتبر من اكبر الشركات الأميركية التي تربطها عقود تجارية كبيرة في مجال الاتصالات مع وزارة الدفاع . ويؤكد بأن هيمنة وسائل الاتصال الأميركية مرتبطة بالسياسات الخارجية والدفاعية الأميركية التي تعتبر وسائل الاتصال إحدى أدواتها المهمة ، كونها امتدادا طبيعيا لحالة الهيمنة التي برزت في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية وذلك على الصعيد الدولي(4) .

ويرى (شيلر) أن وسائل الإعلام هي امتداد للإمبراطورية ألأ ميركية التي بدأت تنتشر عالميا بعد الحرب العالمية الثانية حيث وجدت مجالا مفتوحا في الدول الحديثة الاستقلال في العالم الثالث ، ويستشهد على ذلك بالسيطرة

(الثقافية الأميركية بالبرامج التلفزيونية التي غزت بها أمريكا معظم دول العالم بحيث أنها جعلت الدول تأخذ موقف الدفاع عن هويتها الثقافية في مواجهة الغزو الثقافي الأمريكي)(5) .

ويحلل (ايفا آد) في كتابه (غزو العقول) مفهوم الساسة الأميركيين لدور أجهزة الإعلام والثقافة حين يؤكد بأن (قوى الثقافة ينبغي أن تكون الغلاف الخلاب لأي بضاعة سياسية)(6)

ويشير تقرير سري للكونغرس الأمريكي(7) حول كسب العلميات العقائدية والسياسة الخارجية من خلال الهيمنة الإعلامية إلى إمكانية تحقيق أهداف السياسة الأميركية الخارجية من خلال (استخدام الأدوات الحديثة وتقنيات الاتصالات) والوصول إلى قطاعات كبيرة ومؤثرة من السكان في هذه البلدان لإعلامهم والتأثير في اتجاهاتهم بل (ويمكن أن نحرضهم على سلوك معين في حكوماتهم) . وهذا لا يتم إلا عن (طريق عملية غسل دماغ على نطاق واسع)(8)

ولعل المبدأ الأساسي فى جوهر التدفق الحر للمعلومات والتفاعل مع الآخرين يقوم على فكرة (الاغتيال الثقافي) للآخرين بمعنى أنه لا يفهم التثاقف Assucltruation على أساس من الحرية في الأخذ والعطاء والاعتراف المتبادل بالمنجزات بين حلقات الحضارة الإنسانية , وبالحرية أيضا في الانتقاء والاختيار بل فهم الغرب عملية التثاقف باستمرار في صورة الاستلاب الحضاري Inacculturation والتنكر التام لمنجزات الطرف المقابل الحضارية والثقافية . وأرادها أن تتحول دائماً إلى وسيلة للسيطرة والهيمنة وإلغاء الهوية الذاتية المستقلة للأمم والشعوب والحضارات . ولذلك ساد حكم عام ومطلق مفاده أن (الغرب هو مركز الاستقطاب الفكري للإنسانية) . (9)

والثابت أن هذه المعادلة تعكس الكثير من الأفكار السلطوية للغرب , وهي تأتي ضمن مخطط سياسي مفاده بأن (هناك محاولات من الغرب لفرض نمط معين من الحياة على العالم الثالث) دون أن يكون لهذا العالم حرية الانتقاء والاختيار .

ومن المؤكد أن فلسفة الغزو الإعلامي تنطلق من أيدلوجية النظام الرأسمالي القائم على عقلية (السوق) و (المصالح) , وكما يقول هربرت ماركوز بأن عقلية هذا النظام ترتكز على (القيمة التبادلية ولها الأولية على كل (عقلانية أخرى) .

ولكن ينبغي الاعتراف بأن هذا الغزو لا يعكس حقيقة (عقلية السوق) الرأسمالية فقط وإنما هو تعبير أكيد عن عقلية سياسية) تريد تنفيذ مخطط مبرمج للسيطرة على البشر والتحكم باتجاهاتهم .

لذلك تضع دول الغرب جهازاً تقنياً لتشويه الحقائق من خلال خدمات العلم الذي يبحث قوانين وطبيعة الغزو الإعلامي المخرب , والتفتيش عن الطرق الأكثر حذاقة ومهارة لتعتيم الوعي الاجتماعي وتثبيت هيمنتها السياسية والاتصالية بهدف خلق ثقافة عالمية متماثلة هي (الثقافة الاستهلاكية) .

تكنيك الغزو وأساليب الإختراق

يمكن القول أن الغزو توجه استراتيجي منظم , له أساليبه وتكنيكه , فهو ليس مجرد تدفق معلومات وأفكار ومعتقدات , إنما هو عملية مقصودة ترتبط بقوانين النظام السياسي واحتكاراته , فهو يخضع لعمليات التطور العلمي في البحوث البايولوجية والسايكولوجية بقصد السيطرة على اتجاهات تفكير الناس وملء أدمغتهم بكم هائل من المعلومات والأفكار لتنفيذ المخطط السياسي – النفسي – الثقافي وتدمير ثقافات الشعوب.

فالغزو الثقافي (قوامه التبعية , تبعية ثقافية لثقافة أخرى بحيث يؤدي استمراره إلى زوال الثقافة المتأثرة وانتصار المؤثرة) (10) تمهيداً لخلق المناخ الموضوعي لتحقيق التبعية السياسية والاقتصادية .

وإذا كانت فلسفة الولايات المتحدة الأمريكية هو إشاعة المعلومة الإعلامية المتنوعة , وإغراق الدول بالمواد الإعلامية والثقافية بقصد احتلال العقل بمنهج العلوم الحديثة فأن الثابت علمياً هو أن هذه الفلسفة تعتمد في ((صناعة المعلومة الإعلامية وتسويقها) على قوانين الفكر الرأسمالي وانتهازيته القائمة على الفكرة البرجماتية ونظام (الإعلان التجاري) الأمريكي .

فالمضمون الإعلامي يعتمد أساساً على المعارف السايكولوجية للتحكم بالرأي العام واتجاهاته وتضليله . والرسالة الإعلامية بسبب إدراكها المبكر لأهمية دراسة الجمهور ميدانياً ونظرياً باعتباره عنصراً مهماً في العملية الاتصالية ساعدها على اختراق العقل البشري والتأثير باتجاهاته . لهذا تستخدم إذاعة الصوت أمريكا , على سبيل المثال , باستمرار الأبحاث السوسيولوجية والسايكولوجية لتعزيز خطتها الأديولوجية . وعندما ظهر في العالم اتجاه واضح نحو (نمو السايكولوجية الاستهلاكية بدأت تخصص هذه الإذاعة حيزاً كبيراً بوجه خاص لمسائل الأزياء والصحة العامة والتسلية , كما تعززت أيضاً الدعاية للنزعة الفردية) (11) .

والملاحظ أن مضامين رسائل الغزو الإعلامي تتحكم بها صناعة مقتدرة على الاختراق تساعدها وسائل تكنولوجية اتصالية متطورة مع منهج دعائي يستند على مبادئ وأفكار تلبي الطبيعة البشرية واتجاهاتها .

ويمكن إيجاز بعض المبادئ الدعائية :

1- الاعتماد على الخرافات والآراء الباطلة , واستغلال الانفعالات البشرية عن طريق التوجه إلى العواطف وليس إلى العقول .

2- التأثير على الجانب العاطفي من النفس البشرية بإثارة الانفعالات الأكثر بدائية عند الجمهور بالاعتماد على المبدأ القائل (الاستغلال المصطنع للعواطف) .

3- التركيز على الثانوي في الظاهرة وجعلها رئيسية . وإهمال المسائل المهمة وجعلها ضعيفة الأهمية من مبدأ دعائي هو (تحويل بؤرة الاهتمام) .

4- التحكم بالوعي الإنساني عن طريق صرف الجماهير من المدخل العقلي المنطقي النقدي للحياة حيث تقود الدعاية السلوك الجماهيري بواسطة اللعب على النزوات والانفعالات لتحييد قدرة الجمهور على التفكير المنطقي وجعلها سلبية بعيدة عن التأثير والفعل .

5- الاعتماد على أساليب (الإيحاء) و (الإثارة) في مضامين الرسائل الإعلامية .

6-خلق التنوع في المادة الإعلامية بما يجعل الاستيعاب لها جزء من البنية الادراكية , وبما يجعل انتقائية المادة مستحبة لأنماط اهتمامات الفرد .

وإذا كان غزو الإعلام الأمريكي لشعوب العالم يأخذ اتجاهات وأبعاد في المضامين والوسائل والإقناع , ويتخذ أكثر من صيغة في التنوع والطرح والإيحاء. فلابد لنا أن نؤكد حقيقة جوهرية وهي أن معظم مضامين هذا الإعلام يخفي رموزاً سرية وإيحاءات متنوعة لا يمكن اكتشافها لأول وهلة . فالمواد الإخبارية كما يرى (ماريل) تتميز بالتحيز الذي يتمحور طبقاً لمنظار العالم الثالث , وأن وسائل الإعلام في أمريكا والغرب تقرر أخبار العالم الثالث بصفة (اعتباطية) و (جزئية) ومن رؤيا غربية .(12)

ويشير أحد المسؤولين في وكالة رويتر البريطانية إلى قضية الموضوعية في تقديم الخدمة الأخبارية وأكد أنها (خدعة كبيرة لتضليل الرأي العام) (13) وأنها (تنشر أفكار ومعتقدات الغرب) (14) , وتؤكد معظم الوثائق السرية إلى أن وكالة المخابرات الأمريكية تقف خلف نسبة كبيرة من الإنتاج الثقافي

والإعلامي المسرب للعالم الثالث وتمارس أساليب عديدة لاختراق المؤسسات الإعلامية والثقافية .(15)

ويمكن إيجاز بعض تكنيكات المضمون الدعائي في المادة الإعلامية الأمريكية لاكتشاف لعبة تمرير المعلومة والهدف منها , ومدى علاقتها بالصور السلبية التي تحتوي مضامينها . ذلك لان تكنيك المضمون(16) هو أحد المناهج الأساسية في الدعاية وتحليلها , ومن هذه التكنيكات:

1-تكنيك التكرار , وهو منهج دعائي معروف , يقصد منه تكرار المعلومة المسموعة والمرئية والمطبوعة لترسيخها في ذهن الجمهور بقصد التأثير . ونجاحها يتوقف على توقيتها وقوة أسلوبها . ولعل تكرار النماذج الاستهلاكية ومفرداتها في الحياة الدولية يعكس الرغبة القوية لإشاعة المفهوم العالمي الاستهلاكي .

2-تكنيك التشويه , بقصد تفسير اتجاهات الرأي العام وأنماطه وثقافته وهو يعتمد على مبدأ (غسل الدماغ) لتغيير الحقائق وترسيخ المفاهيم المضادة فالغزو الإعلامي يمتلئ بالكثير من الأكاذيب والتحيز والتشويه لصالح الغرب . فالأفلام التي تتحدث عن العرب كثيراً ما تحفل بمبدأ التشويه المتعمد مثلما الحال في صناعة الأخبار وتشويهها .

3-تكنيك الارتباط المزيف , حيث يتم الربط بين موضوعين لا رابط بينهما مثل الربط بين وضع المرأة المتدني والإسلام والربط بين العرب وارتفاع أسعار البترول . وتقديم النماذج الحياتية المرفهة في الأفلام وربطها بالنظام السياسي والأمريكي والغربي .

4-تكنيك جذب انتباه مستقبل الرسالة الدعائية وربطه بها , وذلك بتقديم الصورة أو الخبر بشكل مثير وجذاب يلقي فضولاً لدى المتلقي . أن نجاح الفيلم الأمريكي الهوليودي هو في اعتماده على مبدأ الإثارة : الإثارة في التكنيك

السينمائي وشكله الفني وقصته المملوءة بالصراع والإثارة الحياتية والإيقاع السريع .

والملاحظ أن توزيع الإعلام دولياً وضعف الامتلاك في الأقطار العربية والعالم الثالث أثر في عملية الغزو الإعلامي مع عوامل أخرى تتعلق بقابلية المجتمع العربي المرتبط (بتفكك بنيته وركوده الفكري وتخلفه الثقافي)(17)

وإذا كان الصحيح بأن تكنولوجيا الإعلام وتطورها المذهل وتوظيفها في بناء الاتصال وضبط التغيير وكبــــح جماحه) (18) عوامل مساعدة لاختراق الدول , فإن الصحيح أيضاً بان المضامين الدعائية التي تحملها وسائل الإعلام الأمريكية والغربية تعكس حقيقة التطور الفني والفكري للرسالة الإعلامية وفهمها الواعي للمتلقي من خلال دراستها للخصائص العقلية والأنماط السلوكية التي يتسم بها سائر البشر والثقافات الإنسانية .

ولا تخفي الاستراتيجية السياسية الأمريكية بعض أفكارها وخططها المتعلقة بالتعامل الدولي والعلاقات الدولية مع شعوب العالم . فهي تعتقد دائماً بأن من حقها تسويق ثقافتها وموديلاتها الحياتية إلى الآخرين تحت ستار (تلاقح الثقافات الإنسانية) و (حق الإنسان في الحصول على المعلومات) . بل إن صناع القرار السياسي في الولايات المتحدة الأمريكية يشيرون صراحة إلى ضرورة تسويق (ثقافة المتعة الأمريكية) إلى شعوب العالم بقصد تكريس مفهوم(أمركة العالم)

ويشير بريجنسكي في كتابه (بين عصرين) إلى ضرورة خوض المعركة الأيديولوجية على كل الساحات بدء من حقوق الإنسان وصولاً إلى تصدير نمط الحياة الأمريكي (الجينز والديسكو والعلوم والتكنولوجيا والعادات الأمريكية) (19) وذلك من خلال استثمار تكنولوجيا الاتصال , والاستفادة القصوى من ريادية أمريكا في مجال نظام الاتصالات وشبكات المعلومات ذلك لان (65% تقريبا من الاتصالات في كل العالم تصدر في هذا البلد . وأنها أكثر نشاطاً في

تعزيز نظام الاتصالات العالمي عن طريق الأقمار الصناعية , كما أنها الرائدة في تطوير شبكة المعلومات على النطاق العالمي)(20) .

ويرى (Bunce) ان ظاهرة الهيمنة الاتصالية ترتبط بشكل مباشر بأنشطة الحكومة الأمريكية على الصعيد الدولي بالتعاون مع الشركات متعددة الجنسيات , موضحاً أن الظروف الخاصة التي سمحت للحكومة الأمريكية بالدخول بحرية إلى عقول الناس , أينما كانوا في العالم , ترجع إلى هذا الحضور الصناعي والاتصالي المتمكن للشركات الأمريكية على الصعيد الدولي , وهو الحضور الذي يتزايد يومياً من خلال بناء محكم من الدعم المشترك للمصلحة الذاتية .(21)

فالشركات متعددة الجنسيات التي تريد أن تتوسع على المستوى الدولي , فإنها بحاجة إلى فرض نماذج اقتصادية واجتماعية تشجع على قبول معايير وقيم ثقافية ملائمة لأحداث هذا التوسع . كما أن الأخبار المتعلقة بالشؤون الداخلية والدولية وبرامج التلفزيون وأشرطة التسجيل والأفلام والمجلات تساعد في عملية نقل وتحويل المعايير والقيم المحلية أو الإقليمية لتصبح ذات صفة عالمية .

وهناك أسباب عديدة سهلت عملية الاختراق الأمريكي للدول , وذلك لان هيمنة وسائل الاتصال الأمريكية تعود إلى أسباب متعلقة بطبيعة منتجها الذي يتميز بانخفاض سعره , وارتفاع جاذبيته , وفي الوقت ذاته قدرته على ملاءمة الأذواق الشعبية , إضافة لهذه الأسباب القدرة الأمريكية على استيعاب العملية الاتصالية , خاصة في مجال التلفزة , والتي أدت إلى تسيد المنتج الأمريكي دون سواه .(22)

وتشير الإحصائيات إلى أن عدد المتعرضين للأفلام التي تقدمها وكالة الاستعلامات الأمريكية ما يقرب من مائة مليون سنوياً , وأنها أصبحت على حد قول أحد المسؤولين في الوكالة الأمريكية للإعلام (المصدر الرئيسي لعرض

الصورة الأمريكية لملايين متزايدة من الناس في الخارج عبر شاشة التلفزيون)(23) .

ويقدر وليام دافيدسون (قيمة مجموع الأنشطة الإعلامية الأمريكية بما لا يقل عن 150 مليار دولار)(26)والهدف كما يشير أحد الباحثين إلى (جعل الإعلام الأمريكي يسيطر على النظام الإعلامي الدولي وغزو العالم) (24)

ويمكن تثبيت بعض ملامح النموذج الأمريكي في المادة الإعلامية :

1- الغلو في اللامنطقية , وإلغاء العقل في فهم الأشياء والعلاقات والأحداث ويتمثل ذلك في مجموعة أفلام (الرجل الآلي) و(المرأة الآلية) وأفلام الفضاء والصحون الطائرة والرعب.
2- الترويج للعنف والوحشيةوالقتل كما في معظم أفلام الغرب الأمريكي .
3- الترويج للحياة الأمريكية من خلال المظاهر الاستهلاكية والعادات والتقاليد , وإبراز الجوانب المرفهة لحياة الإنسان الأمريكي .
4- النزول بالمرأة عن مستواها الإنساني , وجعلها سلعة , واقترانها بلذات ونزوات الرجال كما نرى في مسلسل (دالاس) و(ملائكة شارلي) والانحراف بالأسرة عن غاياتها وأهدافها الاجتماعية .
5- نشر أفلام العنف والجنس لتهديم ذاتية الشباب وطاقاتهم بما يجعلهم غير قادرين على التكيف مع الواقع .

لقد أصبحت الهيمنة الاتصالية الأمريكية تأخذ أبعادها الدولية . ولم تعد تتحدد بدول معينة تعاني من التخلف . بل شملت دولاً أوربية عريقة في تطورها التكنولوجي الاتصالي وإنتاجها العالمي في مجال المرئيات, ولتتراجع ثقافتها وتحتضر أمام الغزو الثقافي الأمريكي كما حدث لفرنسا وبريطانيا وإيطاليا. بل أصبحت ظاهرة الغزو الأمريكي لأول مرة في تاريخ العالم قضية دولية تناقش بحدة في مؤتمر (الجات) من أجل إيقاف الغزو التلفازي – السينمائي الأمريكي لأوربا .

وتشير الإحصائيات (26) إلى أن الولايات المتحدة الأمريكية قد تفوقت عالمياً في مجال تصدير البرامج التلفزيونية الدولية حيث تفوقت على دول العالم مجتمعة بنسبة 2 : 1 . وبلغ إجمالي المبيعات الأجنبية من البرامج التلفزيونية الأمريكية ما بين (100 – 200) ألف ساعة برامجية في العام الواحد . وتوجه ثلث هذه الكمية إلى أمريكا اللاتينية , ويتوجه الثلث الثاني إلى الشرق الأقصى وشرق آسيا , أما الباقي فيوزع على دول غرب أوربا .

وتلعب شبكات التلفزيون الأميركية دورا مهما في تصدير معظم البرامج التلفازية فمثلا نجد أن شبكة كولومبيا (C.B.S) توزع خدماتها على اكثر من مائة دولة من خلال (27) خدمة فرعية فيما وراء البحار ، بينما نجد أن الشركة الوطنية للإذاعة تصل إلى مائة وخمس عشرة دولة ، وكذلك توزع (125) مسلسلا تلفازيا لتذاع في نفس الوقت في (300) محطة تلفازية في (83) دولة .

كما برزت في الحياة الدولية مؤخرا انتشار المحطات الفضائية الدولية عبر الأقمار الصناعية . وأصبحت الولايات المتحدة الأميركية ومحطاتها الدولية العديدة تشكل نماذج(اقتداء) و (موديل) للكثير من المحطات التلفازية الدولية من حيث خدماتها السريعة وانتشارها الدولي .

فشبكة (C.N.N) تصل إلى جميع بقاع العالم ماعدا (غرينلاند وسيبيريا) ويمكن التقاطها من دون دفع رسوم اشتراك إذا كان لديه صحن القمر الصناعي أو ايريال خاص . وهي تدخل إلى ستة ملايين منزل خارج الولايات المتحدة الأميركية . (27)

والأخطر أنها أصبحت الآن مصدر معلومات للمواطن و لاصحاب القرار السياسي والاقتصادي ومصدر معلومات لمراكز البحوث والدوائر السرية ولرجال البحث العلمي والأكاديميين مما يجعلها مصدر قناة أساسية من قبل

الإدارة الأميركية وصناع القرار السياسي لغزو دول العالم وشعوبها ثقافيا ومعلوماتيا .

وبشكل عام فان الاتجاه الدولي للغزو الإعلامي ولظاهرة تدفق المعلومات يؤكد على احتمالية زيادة فرص عملية الاختراق الأمريكي لدول العالم في ظل الهيمنة الدولية الواحدة ، وسيطرة الاحتكارات الإعلامية الأمريكية على تدفق المعلومات والأنباء والإنتاج التلفازي والسينمائي مما سيعمق ظاهرة الغزو والهيمنة ويكرس الخطة الأميركية المتمثلة باستراتيجية تدمير الثقافات الوطنية وإحلال (الثقافة الأميركية) وتحويلها إلى ثقافة عالمية وتمهيدا لتكريس الاحتلال السياسي والاقتصادي .

التدفق الإعلامي للوطن العربي

منذ اكثر من مائتي عام ، والمنطقة العربية تتعرض لهجوم منظم من الغرب ، عسكريا وسياسيا واقتصاديا وإعلاميا . وقد اختلفت الأساليب وتعددت في ضوء المتغيرات السياسية والمكانية والزمانية ، وان ظل المضمون الاستعماري واحدا يحقق أهدافه ضمن عمليات اختراق حادة لجبهات الحياة .

فقد شهد الوطن العربي ، منذ التاريخ ، نماذج وأساليب لعمليات معرفية لاكتشاف (الحياة) و (الإنسان) تمثلت بعمليات التبشير والإرساليات والمدارس والرحالة الغربيين . وكان الهدف دراسة هذه الشعوب التي كانت تريد أن تغزوها : معرفة ثقافتها وألسنتها ولهجاتها وعلمها ودينها واقتصادها وثرواتها وأعرافها وتقاليدها . وكانت خطط الغزو تأتي نتيجة لهذه المعرفة ، وكانت المعرفة تتقدم هذا الغزو فتمهد له وتدرس خططه .

والملاحظ أن الإعلام المتوافر عن العرب لأغلبية الدول الغربية حتى بداية الأربعينات ، كان إعلاما ضئيلا متفرقا ، لا يشكل اتجاها جوهريا في الدعاية الغربية ونظم معلوماتها . وربما كانت البحوث التي أجراها عدد من الباحثين الأمريكيين لبعض مناطق العرب بداية لمرحلة الحصول على المعلومات

وتبويبها واستثمارها لصالح المخطط الاستراتيجي الأمريكي . حيث قدم هؤلاء الباحثون أساسا نظريا للكثير من المفاهيم السياسية والاتصالية التي يمكن التعامل بها مع العرب وغزوهم ثقافيا .

كان الجوهر الأساس للجهود البحثية الإستشراقية هو تعميق الفكر الاستعماري الغربي في المنطقة ، وجعل (ثقافة الآخر) تعبر عن الطموحات المعرفية لإنسان المنطقة من خلال نظريات ومفاهيم عنصرية أبرزها :

1-إن المفهوم الغربي الرأسمالي هو المرادف للتنمية . وان المواطن العربي سيجد النموذج الأمريكي بما يتعلق بالقيم والاتجاهات الجديدة أفضل النماذج الجاهزة والمتكاملة التي تنقذه من التخلف . وكان هذا الاتجاه مرتبط بكتابات ولبر شرام ودانييل ليرنر وافريت روجرز وغيرهم . والتي تأتي في سياق ربط شعوب المنطقة بدولاب السياسة الأميركية ومصالحها الاقتصادية عن طريق سيادة العقلية الاستهلاكية

أما انتقادنا لهذا النموذج فيتلخص بالنقاط المركزية الآتية :

أ-عنصرية الدراسات وأفكارها التي تجعل من النموذج الغربي والأمريكي نماذج اقتداء في العالم .

ب- النموذج يغفل التراكم الحضاري والمعرفي للمنطقة العربية ويجعلها بدون تاريخ أو قيم .

ت-النموذج لا يتحدث عن العلاقة الاستغلالية بين الأقطار الحديثة ومستعمريها السابقين أو بالأقطار الأقوى سياسيا واقتصاديا ومدى حرية هذه الأقطار في تحديد مستقبلها السياسي وتحديد خياراتها الوطنية الاجتماعية في عالم تسيطر عليه الاحتكارات الإمبريالية. (28)

2-إن تحديث المنطقة العربية لا يتم إلا من خلال الحضارة الغربية . وان العرب(علاجهم الوحيد هو تلقي الاستنارة من الغرب المتطور) وان (الإمبريالية مرحلة ضرورية في تاريخ الأقطار العربية) . فقد تمثلت هذه

الدعاوي من خلال المستشرقين في القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين . بل أن الدعوة تمثلت بضرورة (السيطرة على العرب أو مراقبتهم للدفاع عن المصالح الغربية).(29)

وهكذا بدأت خطة واسعة لتعميق هذه المفاهيم في الحياة العربية وتمريرها إلى مؤسسات المعرفة والثقافة ومراكز البحوث والمعلومات ، والمؤسسات العلمية والجامعية ووسائل الإعلام العربية بقصد تعميقها وإشاعتها في الوعي الشعبي) وبين أصحاب العلم والثقافة ، ورجال السياسة والاقتصاد . لإشاعة (النموذج الآخر) وجعله (نموذج اقتداء) من أجل خلق مسار التبعية والاستسلام للواقع. مما اثر على خلق اتجاهات متناقضة في الحياة العربية

وأوجد مفاهيم مزدوجة تعكس قلق العقل العربي في تفسير فلسفة الحياة والمعرفة والعلم والتحديث . وبالذات التناقض بين التيار الداعي إلى الأخذ بالنموذج الغربي في كل شيء والتيار الداعي إلى رفض كل ما يأتي من الغرب والدعوة إلى العودة إلى الماضي واستنساخه في كل شيء .

إن مظاهر التبعية، كما يعتقد محمود أمين العالم ، ما تزال الطابع البارز في الحياة العربية سواء كانت تبعيته للمفاهيم و القيم التي تنتسب إلى واقع الخبرة الإبداعية الغربية أو تبعية للمفاهيم و القيم السلفية الماضوية. ذلك لان التبعية ،فضلا عن التخلف ، هما الطابع النسبي الإجمالي لثقافتنا العربية الراهنة ،وبخاصة العلمي منها . (30)

ويعتقد الدكتور محمد عابد الجابري بأن ظاهرة (الاجترار الثقافي) التي ما تزال هي السمة البارزة في المؤلفات الكثيرة التي وصلتنا والتي يكرر بعضها بعضاً , وما نزال نكررها اليوم , هي التي تطبع حركة الثقافة العربية .. وهي ((حركة اعتماد)) رغم كل ما قيل ويقال عن (النهضة العربية الحديثة) التي لم تتحقق بعد.(31)

أن هذا التناقض , وهذه الرؤية المزدوجة تشكلت معرفياً وسلوكياً في ضوء التراكم المعرفي للغرب وتصديره للمنتجات الثقافية بأنواعها المختلفة وإشاعة الأنماط الاستهلاكية الحياتية والمعرفية التي شكلت في كثير من الأحيان قوانين للاستعارة الجاهزة وإقبالاً سطحياً على مقتبسات استهلاكية من قبل المواطن العربي بشكل عام والمثقف العربي بشكل خاص .

فالكم الهائل من طوفان المعلومات والإعلام التي دخلت المنطقة العربية ,ضمن مخطط مبرمج , شكل جبهة عريضة من المعارف والأفكار والعقائد ,لاختراق العقل العربي وإشاعة الأنماط الثقافية المستوردة , وذلك ضمن عمليات دعائية – نفسية – استهدفت غسل العقل العربي , وإعادة تشكيل الذاكرة العربية من جديد , وخلق الإنسان العربي النمطي . وكان الاستهداف شمولياً لجبهات الحياة العربية , مثلما كانت عمليات الاختراق واسعة لجبهات العلم والثقافة والاجتماع والاقتصاد والإعلام .

ومنذ منتصف السبعينات تقريباً , ومع تزايد الاختراقات الأمريكية والصهيونية في الجبهة المصرية خاصة , وتحول مصر إلى قاعدة كبيرة للعدو والنفوذ الثقافي والسياسي للمشرق العربي , شهدت المنطقة العربية أشكالاً ووسائل متطورة للغزو والاحتلال كان أكثرها ذكاء وخبثاً هو ما أتى تحت مفاهيم الغزو الثقافي والإعلامي , والتي أبرزها طوفان المعلومات والمادة الإعلامية والثقافية واختراقها للعقل العربي وإخضاعها لمفهوم السلطة .

فالجهود الأمريكية والإسرائيلية كثيرة مستترة وظاهرة يتم توظيفها على مستويات مختلفة علمية وإعلامية وسياسية من أجل زرع مفهوم محدد في التفكير والإدراك العربيين يقوم على أساس الإقناع بأن المنطقة العربية هي منطقة (فسيفائية) من حيث التركيب الاثني والثقافي والانطلاق من ذلك إلى تسهيل محاولاتهم لممارسة عملية التفتيت في المنطقة واختراقها .

ويبدو أن المخطط الأمريكي يضع الكيان الصهيوني كرأس حربة لاختراق المنطقة , لذلك يسعى هذا الكيان إلى إفشال المقاطعة العربية له , واختراق النظام العربي بشكل أو بآخر , وإعادة ترتيب الأوضاع بما ينسجم ومخططاته للولوج إلى داخل النظام العربي . ومن أجل تحقيق هذا المخطط فإن هذا الكيان (يعمل على تحقيق ثلاث خطوات مترابطة هي محاولة الانتماء الإقليمي أولا ,وخلق قنوات الاتصال المحلية ثانياً , ثم تمكين التكامل الحضاري ثالثاً) (32)

وتأكيداً على هذا المخطط يكشف كتاب (اختراق العقل المصري) دور الكيان الصهيوني بعد اتفاقية كام ديفيد في اختراق الجبهة المصرية ومؤسساتها العلمية والإعلامية والثقافية بأساليب متنوعة ومؤثرة لتحقيق هذا الاختراق . إضافة إلى الدعوة الجديدة بعد اتفاق غزه - أريحا حول قيام النظام الشرق أوسطي الجديد لخلق خارطة اقتصادية وسياسية وأمنية جديدة للمنطقة . حيث سيكون تشكيل هذا النظام بمثابة جبهة جديدة لتسهيل عمليات الاختراق السياسي والاقتصادي والإعلامي لمؤسسات المجتمع العربي ونظمه .

إعلامياً , فإن الواقع العربي يشير إلى وجود اختلالات كبيرة في الخارطة الإعلامية العربية بما يتعلق بامتلاك وسائل الإعلام , ومحدودية قنوات الاتصال ,وضعف الإنتاج الإعلامي وندرته , والانتشار المحدود للمطبوعات والصحف ,وضعف استهلاك مواد الإعلام مقارنة بالدول المتقدمة , واستثمار ضعيف لتكنولوجيا الاتصال والإعلام مع ضعف واضح في الكفاءة الفنية للذين يستخدمون هذه التكنولوجيا . وهذا الواقع الداخلي أدى إلى المزيد من الاختراقات الخارجية وشيوع المادة الإعلامية الأجنبية وتعميقها في العقل العربي , لتشكل من خلال التراكم الزمني والمعرفي الأساس النظري للانبهار بثقافة الآخر (الأمريكي - الغربي) , ولتكون مراحل ثقافية متراكمة ومتداخلة ومتزاحمة باتجاه استمرار وتزايد التبعية التحديثية .

مظاهر الغزو الإعلامي الدولي

يمكن تحديد بعض مظاهر الغزو الأعلامى الدولى للوطن العربى :

أولاً : التدفق الإخباري الدولي : وهو التدفق الذي تمارسه وكالات العالمية في عملية نقل المعلومات دولياً للمنطقة العربية وهي تتحدد بوكالات الأنباء العربية الأربع (الاسوسيتدبرس Ap)،(يونايتدبرس انترناشيونالUpl)،(رويترReuters)و(الوكالة الفرنسية Afp)، حيث تسيطر هذه الوكالات على حوالي 80% من الأخبار التي يتم توزيعها دولياً .

والملاحظ أن دور هذه الوكالات الدولية في مجال التدفق الإخباري تتجه نحو صياغة مفاهيم وطرق عمل تتفق مع اتجاهاتها الاحتكارية والأيدلوجية فهي : أولاً : على (المستوى الكمي) تهيمن على سوق الأخبار الدولي , وبذلك فإنها تكرس الاتجاه الأحادي لسريان الأخبار من خلال اهتمامها بأخبار الدول الغربية على حساب دول العالم الثالث . ثانياً : على (المستوى الكيفي) فأنها تقوم بعمليات تحريفية لمضامين الأخبار من خلال تركيزها على الجوانب السلبية في العالم الثالث وإبراز ظواهر الأزمات والكوارث والقتل . إضافة إلى استخدامها صفات ونعوت تعكس وجهة النظر الغربية في الأحداث والزعامات التي تنتمي للدول النامية , وثالثاً : سيادة المعايير والقيم الأخبارية الغربية في وسائل الاتصال بدول العالم الثالث بحيث أصبحت هذه الوسائل نمطاً تقليدياً للنموذج الغربي في ما يتعلق بالأساليب والقيم الأخبارية التي ينظر من خلالها للأحداث .

وتشير دراسات قديمة الى حقائق خطيرة حول طوفان المعلومات والأخبار في المنطقة العربية منذ منتصف الستينات،وكلها تؤكد على إن الغزو ظاهرة قديمة،وما زالت مستمرة بقوة نتيجة التقنيات الحديثة، وتطورها التكنولوجي، وقد أوضحت دراسة عربية إلى أن 46.7% من الأنباء الدولية التي نشرتها تسع صحف عربية كانت قد نقلت إليها عبر الوكالات الغربية الأربع الكبرى . وأن 26% نقلت عبر وكالات أنباء عربية بينما 25% نقلت عن صحف

وإذاعات ، و2% نقلت من وكالات شرقية، وأضافت الدراسة أن الوكالات الأربع الغربية كانت مصدر43% من الأنباء التي نشرتها الصحف العربية حول الوطن العربي , بينما كانت وكالات الأنباء العربية مصدر 42% من هذه الأنباء , وكذلك سيطرة الوكالات الأربع على التدفق الإخباري القادم من الدول النامية بنسبة 50% في حين كانت وكالات الأنباء العربية مصدر 21.2% من هذه الأخبار . (33)

وتشير دراسة عربية أخرى على بعض الصحف العربية إلى أن الصفحات الخارجية في معظم الصحف العربية تعتمد على وكالات الأنباء الغربية بنسبة 50% من مجموع الأخبار التي تنشرها و 32% على وكالات الأنباء العربية . ولاحظت الدراسة بوجود تركيز واضح على أنباء الولايات المتحدة الأمريكية , إذ بلغت نسبتها 45% و 35% عن الدول الغربية بينما تنال الدول النامية 15% وأوربا الشرقية 5% . (34)

وتؤكد دراسة عربية أخرى بأن أخبار الوكالات الإقليمية ومجمعات وكالات الأنباء التي لا تمثل توازناً في صحف الدول العربية . ومازالت أخبار وكالات الأنباء الأجنبية تستحوذ على النصيب الأكبر من الأخبار الخارجية في صفحات الصحف بنسبة تصل من 65 – 75% . (35)

كما وجد عدد من الباحثين الغربيين في دراسة حول محتوى الأنباء الصادرة عن بعض الوكالات الغربية , بأن هذه الوكالات ترسل إلى الوطن العربي والعالم الثالث أكثر مما تقوم به أجهزة الإعلام في تلك الدول بأستيعابه , ولاحظت الدراسة بوجود مناطق في هذه الدول يكثر فيها استخدام الأنباء الأجنبية على حساب الأخبار المحلية .(36)

ولاحظت دراسة عربية أخرى على اثنتي عشرة صحيفة عربية بأن وكالات الأنباء الغربية الأربع , مازالت هي المصدر الرئيسي للأنباء الخارجية , وهي التي تحدد حجم ونوعية اهتمامات هذه الصحف , وتحديد اتجاهات ومضمون

الأخبار الخارجية مؤدية إلى غلبة النموذج الغربي لمضمون الأنباء الخارجية على الصحف العربية.(37)

وأشار الدكتور مازن العرموطي بأن التقرير التمهيدي الذي رفعته المجموعة المكلفة بدراسة وامكانية إقامة هيئة عربية لتبادل الأخبار التلفزيونية في الوطن العربي قد أشارت إلى أن معظم محطات التلفزة العربية تعتمد بشكل كامل على الوكالات التجارية التي تعمل من خلال اتحاد الإذاعات الأوربية (Eurovision) والتي تتمثل بالوكالات التالية : E.TE.S, GBS New Film, UPITN, Visnews .(38)

واتفقت معظم الدراسات العربية والأجنبية على أن تدفق الأخبار التلفزيونية من خارج أوربا ما زال خاضعاً لسيطرة الوكالات الغربية للأفلام الإخبارية . وأوضحت بأن التدفق المعلومات من خلال اتحاد الإذاعات الأوربية يسير بأتجاه واحد حيث تمتلك المؤسسات الإذاعية والتلفازية في الوطن العربي والعالم الثالث اشتراكات مع الوكالات العالمية للأنباء ووكالات الأفلام الإخبارية المتمركزة في لندن وباريس ونيويورك . وهذا الوضع أدى إلى سيطرة (الفلم الخبري) في معظم نشرات الأخبار التلفازية العربية , وسيطرة النموذج الغربي ومضمونه على المؤسسات الإذاعية العربية .

وبشكل عام , كما تبين الدراسات , بان طرق تشويه المعلومات يأخذ أشكالاً أخرى منها : المغالاة في التأكيد على أحداث ليس لها أهمية , وضع الحقائق التي لا ترتبط ببعضها في قالباً واحداً وعرضها بشكل يوحي بأنها متصلة وتكون حالة واحدة , عرض الحقائق بطريقة تولو نتيجة ضمنية تعكس حالة رضا مما يقدمه النظام المهيّمن , التشويه القائم على خلق حالة مزاجية وعقلية مسبقة نحو الأحداث وذلك عن طريق تقديم الأحداث ذات الأبعاد المعروفة بأسلوب يخلق حالة خوف أو شك لا أساس لها من الصحة , وأخيراً

التشويه من خلال (التعتيم) أو عدم نشر أي معلومات متصلة بالحدث أو الموقف الذي لا يخدم مصالح الدول التي تنتمي إليها وكالات الأنباء العالمية .

ثانياً : البرامج والأفلام المستوردة : تزداد مناطق الاختراق في الوطن العربي إذا ما حاولنا تقصي الكم الهائل والطوفان الكبير للبرامج والأفلام الأمريكية والغربية لتشكل مناطق حيوية وخطيرة على الأمن القومي العربي بشكل خاص . فالمنطقة العربية مازالت تعتمد اعتماداً رئيسياً على ظاهرة إستيراد البرامج التلفزيونية والأفلام السينمائية الغربية بشكل عام , والأمريكية بشكل خاص , فقد ظهر في تحليل أجرته اليونسكو لمواد برامج التلفزيون أن نصف البرامج في الأقل مستورد لصالح الأقطار العربية وإن 70% من هذه البرامج منتج في الولايات المتحدة الأمريكية . (39)

وتشير دراسة أجريت من قبل اتحاد إذاعات الدول العربية بشأن اتجاهات البرمجة التلفزيونية في الوطن العربي إلى أن الإنتاج الأجنبي المستورد يصل فغي المتوسط 30% , وتصل نسبة الإنتاج الأجنبي 50% في حالة الجزائر و 17.63% في حالة اليمن وتأتي الولايات المتحدة الأمريكية على رأس قائمة الدول المصدرة للبرامج الأجنبية . 40)

ويؤكد (ياسين) أن دول العالم الثالث . ومن ضمنها الأقطار العربية , تستورد 65% من البرامج والمسلسلات التلفزيونية , وغالبية ما تعرضه من أشرطة سينمائية وعلى سبيل المثال لا الحصر , استورد المغرب خلال 1987 ألفاً وثلاثة وتسعين شريطاً سينمائياً .

ويعلق الباحث بأن هدف هذا الإنتاج في غالبيته هو التعبير عن مجموعة من الأفكار والمواقف , وبالتالي ينطلق من مجموعة من القيم , يعمل عمل ترويجها بأساليب فنية راقية , وبإبداع عالٍ من حيث مستوى الشكل والصياغة يجعل المتفرج في حالة تقبل وتجاوب . (41)

ويرى أحد الباحثين العرب بروز ظاهرة طغيان الأفلام الأمريكية في محطات التلفزة الخليجية , وخاصة في برنامجي أبو ظبي حيف تفوقت من حيث الكم

على الأفلام المصرية إذ وصل إجمالي ما بث خلال أسبوع الدراسة (421) دقيقة . (42)

ولاحظت دراسة أخرى بأن الولايات المتحدة الأمريكية أكثر الدول الأجنبية تصديراً للبرامج التلفزيونية إلى (الكويت) حيث بلغت النسبة 81.62% . (43)

وتؤكد دراسة عربية إلى أن محطات التلفزة العربية تستورد ما بين 40 – 60% من برامجها من مصادر مختلفة أهمها الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وفرنسا وألمانيا الغربية . وأن هذه البرامج تحتل مركزاً هاما في ساعات البث التلفزيوني اليومي نظراً لكونها برامج تسلية وترفيه , وتبرز خطورة هذه البرامج إذا عرفنا أنها تحتل النسبة الأكبر من ساعات البث التلفزيوني العربي . (44)

ولاحظ باحث من القطر المصري بروز ظاهرة غريبة في الحياة العربية التي تعتمد على الإنتاج الأجنبي برغم أنها من الدول البارزة في تصدير الأفلام والمسلسلات التلفازية للمنطقة العربية . فقد عرض التلفاز المصري عام 1984 , على سبيل المثال لا الحصر , سبعة أفلام أجنبية مقابل ستة أفلام مصرية في الأسبوع . ومعظم الأفلام الأجنبية أمريكي الإنتاج . كما قدم التلفاز (25) حلقة أجنبية مدة الحلقة الواحدة منها حوالي الساعة مقابل (21) حلقة عربية في الأسبوع الواحد . وقد لفت انتباه الباحث أن مضامين معظم هذه المسلسلات الأجنبية تبرز جوانب عنصرية تجاه الشعوب الأخرى وتركز على الفردية والحياة البرجوازية وتعمق الجانب الاستهلاكي في حياة الإنسان . (45)

والخلاصة،أن هذا الكم الكبير من الأفلام والبرامج والمسلسلات الأجنبية ,وخاصة الأمريكية استطاع اختراق المحطات التلفازية العربية ليسجل حضوره الفعال في الحياة العربية مع ملاحظة ضعف الرقابة في اكتشاف دلالات هذه

الأفلام ورموزها المبطنة , وفقدان الوعي الاجتماعي والحضاري والقومي في الكثير من التطبيقات للسياسات الإعلامية العربية , إضافة إلى عوامل موضوعية تتعلق بضعف إمكانات المحطات التلفازية العربية على الإنتاج المحلي ,وساعات البث الطويلة لمعظم هذه المحطات وحاجتها الماسة لملئ الفراغ .

ولابد من الإشارة هنا إلى ظاهرة دور السينما العربية وما تعرضه من كم هائل من الأفلام الأمريكية والغربية , واختراق الأفلام الصهيونية لهذه الدور الثقافية والتي تتنوع بأشكالها وتختلف باختلاف المكان والزمان وتنوع الأفلام وجمهورها وأهدافها مما يجعل عملية التفريق بينها وبين الأفلام الأخرى صعبة وهي تخترق السوق السينمائي العربي . فهناك اختراقات واضحة لدور السينما ومحطات التلفاز العربية لمجموعة كبيرة من الأفلام التي تقف وراء إنتاجها حلقات صهيونية استطاعت أن تخترق هوليود والشركات السينمائية والتلفازية بل أنها (صنعت كتاباً للسيناريو ونجوماً سينمائية لبث الأفكار أولاً ثم لضمان توزيع الأفلام ومشاركة النجوم العالميين في تحقيق الأهداف الصهيونية المرغوبة من الأفلام) (46) .

وتشير معظم الدراسات والبحوث إلى أن مضامين الأفلام والبرامج المستوردة تعمق مفاهيم ومعتقدات وعادات وسلوكاً يتعارض مع الثقافات الوطنية باتجاه هيمنة الثقافة الأجنبية , وما تسوقه من قيم ومعايير اجتماعية واقتصادية وسياسية وتربوية بحيث يجهل المواطن العربي نموذجه الوطني , وتجيد معرفة النماذج الوطنية الغربية . وهذا ما يفسر لنا بروز الظواهر الغربية في المجتمع العربي , والمتعلقة بنقل الموضات الحياتية في الأزياء والموسيقى والأكلات السريعة . وتقليد النماذج الفردية الغربية في مجالات الفن والنجومية كنموذج (مايكل جاكسون) و (مادونا) و (الرامبو الأمريكي) باتجاه إشاعة مبدأ الفردية وتسويق الموديل الأمريكي في الحياة .

و هنا لابد من أن نشير إلى أن دور الأفلام و البرامج المستوردة تريد تحقيق أهداف و استراتيجيات تتلخص بالنقاط التالية:

أ- أن تسيد المنتج الأمريكي في هذا المجال يؤدي إلى خلخلة النظم الاجتماعية في الوطن العربي من خلال تحطيم نظم القيم السائدة و استبدالها بنظم أمريكية.

ب-تمثل هذه الأفلام و البرامج قناة هامة لتعويق المعايير الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية للولايات المتحدة و الغرب. و بذلك تصبح المنطقة العربية فريسة لهذا الغزو المبرمج الذي يستهدف هويتها و استقلالها الوطني و على كافة الأصعدة.

ج-تشويه صورة الإنسان العربي و ذلك من خلال خلق صور نمطية تحمل مضامين سلبية تجسد التخلف و الوحشية ، في حين ترسم صورا إيجابية للإنسان الأمريكي و الغربي مرتبطة بالتحضر و الإنسانية .

ثالثا: الإذاعات الدولية : إذا كانت الأقطار العربية تستطيع إلى حد ما أن تحد من الغزو الإعلامي و الثقافي في مجالات تدفق الأخبار و الأفلام و الإعلانات فإنها تكون عاجزة عن إيقاف منطقة أخرى للاختراق و هي جبهة الإذاعة الدولية ، فهي الوسيلة الوحيدة التي لا يمكن إيقافها كليا ، ولا يمكن للرقابة أن تمنعها على الرغم من ابتكار أساليب فنية متطورة للحد من انتشارها كالتشويش . و هو أمر لا تقوى عليه الأقطار العربية لأسباب تقنية معروفة.

و الملاحظ أن عادة الاستماع للإذاعات الدولية منتشرة في أنحاء الوطن العربي لسببين : أولهما عدم الرضا عن الخدمات الإخبارية المقدمة في الإذاعات المحلية ، و ثانيهما عدم الثقة في المادة المقدمة . إضافة إلى انتشار ملكية أجهزة الراديو مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى حيث تبلغ الملكية حوالي (33) مليون جهاز راديو بواقع (184) جهاز لكل ألف مواطن.(47)

و تشير إحـدى الدراسـات إلى وجـود خمـس و أربعـين إذاعـة أجنبيـة موجهـة باللغـة العربية من مناطق العالم المختلفة . لعل أهمها و أكثرها قبولا لدى المستمعين في المنطقـة العربية تلك الموجهة من أوروبا الغربية و عددها ثماني و هـي تـذيع مـا مجموعـه (293) ساعة أسبوعيا . (48)

ومن بين الإذاعات التي تقوم بنشاط واضح على صعيد الغزو الثقـافي و الإعلامـي إذاعة (صوت أمريكا) و (هيئة الإذاعة البريطانيـة) ، و(مونـت كـارلو) ، و (إسرائيـل) ، و كلها تشترك في هدف مركزي هو تحطيم الثقة بالذات و زرع منطق الاستسلام ، و تضخيم الانقسـامات ، و خلـق الـنماذج المشـوهة التـي لا تناسـب الواقـع الثقـافي و الاجتماعـي للمنطقة . إضافة إلى تخصيص مساحة واسـعة لإبـراز الحيـاة الغربيـة و تطورهـا بطريقـة دعائية . و هي تقوم على اختيار الوقائع و التعليقات التي تسمح من الجوانب المختلفة ، و بوجهات نظـر مختلفـة ، بـالاقتراب مـن شـعار (الحريـات الديموقراطيـة) و (الحريـة الروحيـة) و (التطـور الحـر للفـرد) و (حقـوق الإنسـان) و ذلـك مـن خـلال عمليـات التضليل الإعلامي و تشويه الحقائق .

رابعا : الإعلان الدولي: من الثابت بأن وكالات الإعلان الأمريكية بالـذات تشـكل هي الأخرى منطقة أخرى للاختراق الحاد. فالأسواق العالمية هي حكم لعدد مـن وكـالات الإعلان الأمريكية التي يبلغ عددها (22) وكالة إعلان كبرى من مجموع (25) وكالة دولية . و هنـاك (71) دولـة مـن (91) دولـة ناميـة تعتمـد إذاعتهـا المرئيـة و المسـموعة عـلى الإعلانات . كما أن الوكالات الأمريكية تسيطر على ثلثي الشركات الإعلاميـة في (46) دولـة نامية .و تبرز أهمية الشركات الإعلانية عـبر معرفـة الأرقـام السـنوية التـي تعكـس قيمـة الإنفاق السنوي على الإعلان . ففـي عـام 1981 بلـغ الإنفـاق السـنوي عـلى الإعـلان (64) بليون دولار أمريكي . اكثر من نصفه انفق عـلى الإعـلان في الولايـات المتحـدة الأمريكيـة ، هذا الوضع يؤكد أن الإعلان الدولي يشكل ظاهرة أمريكية

على الرغم من أن دولا أخرى مثل بريطانيا و فرنسا و ألمانيا الغربية و اليابان و كندا تنفق كل واحدة منها على الإعلان اكثر من بليون دولار أمريكي سنويا. (49)

و تسيطر الولايات المتحدة الأمريكية على قطاعات الإعلانات في الدول النامية حيث تبرز السيطرة الأمريكية على السوق الإعلاني في هذه الدول . إذ بلغت إعلانات الهند (93) مليون دولار ، و مصر (32) مليون دولار و المغرب (6.6) مليون دولار , و السعودية (5) مليار دولار . و اتضح أن 80% من نسبة الإعلانات الصحفية في بيروت تأتي من شركات الإعلان الأمريكية .(50)

والملاحظ أن الإعلان في المنطقة العربية ازداد حجمه وتطور سريعاً في عقد السبعينات والثمانينات حيث أصبح تأثيره واضحاً وفعالاً في الحياة العربية وخاصة الإعلانات الأمريكية والغربية التي حاولت اختراق العقل العربي , وخلق نماذج ثقافية استهلاكية هدفها إيجاد منافذ لها في السوق العربي لتكريس نموذجها الاستعماري . وتعد منطقة الخليج العربي أكثر المناطق العربية رواجاً لهذا النوع من الإعلانات حيث نجد أن الإعلان التجاري الأمريكي ينافس برامج التلفزيون ويسحب له جمهور واسع يتابعه بشغف

ويرى أحد الباحثين أن علاقة الإعلان كنمط اتصالي والثقافة تأخذ شكلين اثنين :

(1) علاقة الصورة والمرآة حيث يأخذ الإعلان خواص الصورة المعكوسة بينما تأخذ الثقافة خواص المرآة التي تعكس الصورة . وبشكل أكثر وضوحاً , يقوم الإعلان بعكس المعايير الثقافية من خلال استخدامها كإطار عام لتزويد المتلقين بمعلومات حقيقة حول المنتج المراد الإعلان عنه .

(2) العلاقة التبادلية , حيث يقوم الإعلان بالترويج للمنتج من خلال خلق أنماط جديدة من الحياة تعمل على إيصال عملية الاستهلاك لنفس المستوى من الإنتاج . (50)

وهذا ما جعل لجنة (ماكبرايد) لمناقشة مشاكل الاتصال في العالم تحذر من الإعلان الدولي الذي قد يقود إلى انحراف في السلوك الاستهلاكي بحيث يقوم الأفراد بإنفاق دخولهم على منتجات مروج لها من خلال أنماط غريبة عن حياتهم. مما قد يؤدي إلى خلق مشكلات كثيرة للدول النامية على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي . وقد لخصت إحدى الباحثات من أمريكا اللاتينية التأثير الذي يحدثه الإعلان الدولي بقولها : إن أهلنا ملزمون بغسل أسنانهم ثلاث مرات يومياً حتى وإن كانوا لا يملكون شيئاً ليأكلوا . (51)

خامساً : تكنولوجيا الاتصال والإعلام : أن لجوء الأقطار العربية إلى استيراد السلع والتجهيزات وتكنولوجيا الإعلام والاتصال والثقافة أدى في كثير من الأحيان إلى تبعيات سلبية كثيرة في المجال الاقتصادي والاجتماعي أهمها جعل الإمكانيات الثقافية والإعلامية لهذه الأقطار في خدمة مصالح رأس المال العالمي وأجهزته , وخلق أنماط تنموية غريبة تقود إلى أسلوب وعمل وتفكير يساعد على تعزيز الهيمنة الأجنبية وتسهيل الغزو الثقافي . وكلها عوامل تهدد الأمن الثقافي العربي .

إن اختيار التكنولوجية الاتصالية المناسبة للاحتياجات الواقعية وتطويعها يحتاج إلى توافر القدر الملائم من المعلومات عن التطورات التكنولوجية المعاصرة في مجال العمل الإعلامي والثقافي عن طريق مراكز المعلومات المتخصصة وشبكات المعلومات الدولية . وهذا يقودنا إلى حقيقة جوهرية وهي أن مناطق الاختراق الغربي تكون عن طريق هذه المراكز الدولية للوصول إلى الأقطار العربية التي لا تزال تعاني من نقص كبير في هذا المجال . ذلك لأن بنوك المعلومات في الوطن العربي هي في غالبها مستوردة من العالم المتقدم , وكذلك الأجهزة , ومثلها نظم البرامج وقطع الغيار والصيانة . بل أن هناك أقطار عربية عديدة تعتمد على استيراد العمالة الاجتماعية من الدول المتقدمة

لتشغيل النظم الإعلامية لديها . وهذا ما ساعد على عمليات الاختراق للمؤسسات المعلوماتية والإعلامية وتعزيز الهيمنة الأمريكية .

أن التكنولوجيا هي تقنية في الأصل أو في التمظهر لكنها محملة بمنظومة قيم ، وهذه القيم تتعلق بإشكالية النقل التكنولوجي وكذلك إشكالية التبعية ولعل الطرح السائد في عالمنا العربي هو النقل التكنولوجي ، إذا كانت التقنية عبارة عن عتاد لا يوجد إشكالية في نقلها ، ولكن إذا كانت محملة بمنظومة قيم ، ومعرفة وتصورات عن واقع مجتمع في زمن و مكان، فأننا لايمكن نقلها ،و لا يمكن بأي حال من الأحوال نقل منظومة القيم ، حتى وان نجحنا في نقل العتاد، إذا النقل السائد هو نقل معتوه لأنه نقل بدون معرفة ، بدليل عندما يعطب او يتعطل أي جهاز نأتي بخبراء أو أجانب ، ننادي عن المعرفة التي تركناها .. هذه الظاهرة تعمق إشكالية التبعية التكنولوجية ، وبالتالي عملية النقل لابد أن نعيد فهمها للتخفيف من وطأة التبعية التكنولوجية.(52)

والملاحظ أن الولايات المتحدة الأمريكية تهيمن على صناعة الدوائر الإلكترونية الاندماجية حيث تنتج ما نسبته 60 – 70% من إجمالي الإنتاج الدولي في هذا المجال . وتسيطر خمس شركات أمريكية فقط على إنتاج ما نسبته 80% من الإنتاج الأمريكي في مجال الإلكترونيات , إضافة إلى سيطرتها على أنظمة الأقمار الصناعية وما تمثله هذه السيطرة في التحكم بالأخبار والمعلومات الاستراتيجية , واختراق سيادة الدول .

إن الفجوة التقنية بين عالم الشمال والجنوب أدت إلى بروز فجوة (المعلومات) واعتماد الدول النامية , ومنها الأقطار العربية , على شراء المعلومات الخاصة بشؤونها الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية من الدول المتقدمة . وهذا يستدعي الاعتماد على الشركات المتعددة الجنسيات للتعامل مع هذه المعلومات (الخام) كي تصبح قابلة للاستعمال . وهذا من شأنه زيادة

التكاليف المالية للحصول على المعلومات , وتوسيع جبهة الاختراق للمؤسسات العربية المتخلفة .

سادساً: الإنترنت، وهو أكثر الوسائل الأتصالية المعاصرة تطوراً في تقنياته، وأكثر شمولية وتنوعاً في المضامين، وأسهل أداة إتصالية لإختراق المتلقي، وهو بهذا المعنى يمتلك قوة الجاذبية والتأثير، وقيل إن من يمتلك الإنترنت يستطيع أن يسيطر على العالم، وهذا هو مبعث الخوف الدولي وقلقه، وسر التسابق في الإستحواذ عليه تقنياً ومعلوماتيّاً.

ويشكل موضوع الفجوة الرقمية تحدياً للدول الناميّة،لان الصراع الحالي هو حول النفوذ وتقاسم الحصص، علما بأن 13 موزعاً يديرون شبكة الإنترنت في العالم بينهم عشرة في أميركا واثنان في أوروبا والأخير في طوكيو.

وأن عدد أجهزة الكومبيوتر في الولايات المتحدة يزيد على عددها الإجمالي في بقية العالم وأن عدد الهواتف في طوكيو يفوق عددها في القارة الأفريقية بأكملها، حيث لا تتجاوز 14 مليون خط. وأن ثمن شراء كومبيوتر في بنغلادش يعادل رواتب ثماني سنوات لمواطن متوسط الدخل ، فيما هو يعادل راتب شهر واحد لمواطن أميركي من الفئة نفسها.ويوجود الآن أكثر من 900 مليون مستخدم عبر العالم، استنادا الى البيانات الأخيرة للإتحاد الدولي للإتصالات(53).

و رغم حداثة الاتصال بالإنترنت في المنطقة العربية كلها حيث لا يزيد عمر أول دولة عربية اتصلت بالإنترنت عن ثلاثة عشر عاما ، حيث كانت تونس أول دولة تتصل بالإنترنت في عام 1991، و إن كانت قد أتيحت فعليا للمواطنين بدءا النصف الثاني من التسعينات في تونس وباقي البلدان العربية باستثناء السعودية التي أتاحت تلك الخدمة عام 1999 والعراق2000، فأن عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية وصل إلى 4.2 مليون شخص يشكلون 1.6% من سكان الوطن العربي مقارنة بأقل من 1% فقط في العام السابق له،

وهى زيادة محسوسة، رغم أن انتشار الإنترنت في البلدان العربية مازال محدودا في السياق المقارن (54)

ورغم وجود تفاوتات بين الدول العربية من حيث عدد مواقع الإنترنت وعدد مستخدمي الشبكة، فإن الوطن العربي في مجمله يأتي ضمن أدنى مناطق العالم بهذا الخصوص، فقد أشار تقرير التنمية الإنسانية العربية لعام 2002 إلى أن نصيب العرب مـــن إجمالي مستخدمي الشبكة يبلغ 0.5% في حين تبلغ نسبة العرب إلى إجمالي السكان العالمي 5% تقريبا(55).

ولابد من الاعتراف بأن هناك مظاهر أخرى للاختراق الأمريكي والغربي للمنطقة العربية بعضها يتستر تحت أغطية عديدة وبعضها يمارس دوره المكشوف في مختلف ميادين الحياة . فهناك جبهات عديدة : جبهة المؤسسات العلمية والأكاديمية والثقافية , وجبهة المراكز الثقافية , وجبهة الجمعيات الدينية والأدبية والفنية . وكلها تعمل من أجل تنفيذ المخطط الأمريكي , وتعميق التبعية السياسية والاقتصادية والإعلامية .

إن المنطقة العربية ستشهد اختراقاً حاداً تتمثل بسلسلة من الإنجازات الفضائية الإعلامية الدولية المتمثلة بالمحطات التلفازية الأمريكية والغربية ،وسيشهد الواقع العربي نمطاً جديداً لخطاب تلفازي عالمي يحتوي على الكثير من الأفكار والعقائد يكون بمثابة إنذار حقيقي لمستقبل المنطقة العربية .حيث سنشهدغزواً للإعلام الغربي بلغة الضاد، من خلال مشاريع كثيرة، الآن وفي المستقبل، ففي خريف 2007 ستنطلق القناة التلفزيونية العربية التابعة لهيئة الاذاعة البريطانية (بي بي سي). وفي نفس السنة من المفترض ان ينطلق التلفزيون العربي التابع للقناة الإخبارية الفرنسية التي تنوي تدشينها بنسختها الانجليزية بنهاية العام الحالي مع موقع الكتروني مرافق باللغة العربية في الوقت نفسه. ومن المفترض ان ينطلق في نفس الفترة كذلك، تلفزيون (روسيا اليوم)، وهو النسخة العربية من قناة (راشا توداي) التي اطلقتها موسكو في

ديسمبر (كانون الأول) 2005. كما قررت وكالة الأنباء الإسبانية الحكومية (إيفي) في مارس 2006 إطلاق خدمة عربية واختارت القاهرة مقرا لها. وفي النية أن تقوم الدنمارك بأطلاق برامج تلفزيونية وإذاعية موجهة للعالم العربي بسبب بعض الرسوم الكاريكاتورية التي تعرضت للإسلام ونشرت في صحيفة محلية،وتسعى مؤسسة (دويتشه فيلله DW) (صوت ألمانيا الحر) حاليا لزيادة ساعات بثها التلفزيوني باللغة العربية الذي انطلق من الكويت مطلع عام 2005.ويعتبر النطق بالعربية تجربة جديدة كليا لكثير من هذه القنوات، باستثناء الـ(بي بي سي) بالطبع، فهي تبث إذاعيا بلغة الضاد منذ عام 1938، كما ان لديها وجودا على الانترنت من خلال موقعها الاخباري العربي، وقد سبق ان حاولت اطلاق قناة إخبارية عربية في التسعينات بمشاركة شبكة (أوربت) إلا أن المشروع لم يستمر طويلا. وها هي الآن تعيد التجربة ولكن باستقلال تام وتمويل من الحكومة البريطانية. وفي السياق ذاته، تستمر قناة (الحرة) الأميركية في البث على الرغم من جميع الانتقادات والمشاكل التي مرت بها. وكانت القناة قد انطلقت عام 2004 وهي تتلقى تمويلها من الحكومة الأميركية بواسطة مجلس أمناء الإذاعات الدولية.وكانت (الحرة) قد تلت مشروعا آخرا هو اذاعة (سوا) الأميركية المستمرة في البث كذلك. اضافة الى الأذاعة القديمة(صوت امريكا).

بدءاً لابد من الاعتراف بأن الغزو الإعلامي , ليس مشكلة مرتبطة بعالم الجنوب ،وليس مشكلة عربية , ولكنه مشكلة دولية شاملة ترتبط باستراتيجية سياسية كونية تريد تحقيق السيطرة على الدول ،والتحكم والهيمنة بقصد تكريس التبعية السياسية والاقتصادية بعد التبعية السياسية والاقتصادية ،وتعبيراً عن المخطط القديم – الجديد الهادف لاحتلال العقل ثم احتلال الأرض .

والسؤال : لماذا الغزو الإعلامي الأمريكي دولياً رغم وجود دول تمتلك مؤهلات الغزو من ناحية التقنيات والقوة الاقتصادية والثقافية الأصيلة ،ولتصبح هي الأخرى غارقة في بحر الثقافة الأمريكية الساذجة والسطحية .

وببساطة فإن الولايات المتحدة الأمريكية تمتلك بعض العناصر المؤثرة ،والإمكانية الديناميكية :

- فهناك ،أولاً ،التاريخ العريق للثورة التقنية الإلكترونية التي جعلت العالم (قرية صغيرة) . ويكفي أمريكا أنها تصدر للعالم 65% من الاتصالات ،كما أنها أكثر نشاطاً في تطوير نظام الاتصالات عبر الأقمار الصناعية , والرائدة في تطوير شبكة المعلومات على النطاق الدولي .

- وهناك , ثانياً , جهود جبارة لاستثمار العلم وقوانينه في تضليل البشر , والتفتيش عن الطرق الأكثر حذاقة ومهارة لتعتيم والوعي الاجتماعي . لذلك تصنع الإدارة الأمريكية جهازاً تقنياً لتشويه الحقائق وأساليب لنشر الوعي والذعر والخوف . والأهم الاقتراب من الإنسان وتلبية حاجاته النفسية والثقافية والاجتماعية في ضوء دراسة الطبيعة البشرية وحاجاتها الفطرية .

- وهناك ،ثالثاً ،حالة (الانبهار) الذي أصاب المدنية منذ نشوء أمريكا ،يتمثل بتمجيد القوى الاستعمارية لها واعتبارها (الرسالة الحضارية) التي كانت تقوم على مد الشعوب الأخرى بالثقافة الغربية وأسباب التقدم الصحي وعجائب التقنية الحديثة . وما حملته بعد عصر الثورة الصناعية من مضامين

ومفاهيم عصرية أقرب إلى المثاليات . كان هذا الانبهار التاريخي المتراكم يشكل مدخلاً نفسياً لتقبل الثقافة الأمريكية .

- وهناك رابعاً : ظاهرة الإعلان التجاري وأسسه البراغماتية ،والناتج عن مبدأ (قتصاد الوفرة) ،والذي أتاح للبضاعة الأمريكية الانتشار الدولي مما تحمله من ميزات مشجعة نتيجة التنافس والتوزيع في الأسواق الخارجية . وخلق مرتكزات للدعاية الأمريكية بشأن إشاعة الموديل الأمريكي .

- وهناك ،خامساً ،العوامل المتداخلة بشأن المادة الإعلامية ،فالدول تحرص على شراء الأفلام والبرامج والمسلسلات الأمريكية لأنها أقل تكلفة من إنتاجها المحلي . والسبب وراء رخص أثمان البرامج الأمريكية يعود إلى تغطية تكاليف إنتاجها أساساً من السوق الأمريكية . وهناك ظاهرة شعبية البرامج الأمريكية وتنوع موضوعاتها بالإضافة إلى احتوائها عناصر الحركة والسرعة والإثارة والدراما ،وكذلك مستواها الفني المرتفع قياساً بالمادة الإعلامية الدولية الأخرى . وهذه كلها عوامل مساعدة لانتشار المادة الإعلامية الأمريكية .

عربياً , فالغزو الإعلامي , ارتبط تاريخياً بعوامل عديدة سياسياًَ واقتصادياً ودينياً وثقافياً من خلال مراحل مترابطة ومتزامنة زمانياً ومكانياً عبرت عنه مخططات (الإرساليات) و (التبشير)و(المدارس) و(الرحالة الغربيين) و(عمليات الاستشراق) و(البحوث الأمريكية للشرق الأوسط) وعمليات الغزو المنظمة للوطن العربي من خلال المواد الإعلامية ومضامينها ،والاختراق في جبهات المؤسسات السياسية والاقتصادية والثقافية .

والملاحظ أن الغرب منذ بدأ الغزو كأسلوب من أساليب الاستعمار فأنه حاول أن يؤسس أنماط استعمارية للتعامل مع العرب تميزت بعدم التكافؤ والعنصرية الشديدة دون أن يضع أمامه الدور الإنساني للعرب وحضارتهم بل أنه انطلق من عقدة تاريخية صليبية بقصد تحقيق (الثأر) و(الانتقام) مما جعل هذه العلاقة قائمة على (الاستغلال)و(الاستلاب) و (التبعية) .

وهكذا صاغ الغرب في ضوء هذه العلاقة نظريات عنصرية مفادها أن (العرب لا يمكن لهم التطور الحضاري أو التحديث إلا بوجود الحضارة الغربية) بل أن بعض هذه النظريات ذهبت إلى حد صياغة أفكار انتقامية ووحشية بضرورة (السيطرة على العرب لأنهم يهددون المصالح الغربية) . وبمعنى إن الغزو توجه استراتيجي منظم ،له أساليبه وتكنيكه، ومناطقه الحيوية لعمليات الاختراق , وهو تعبير عن (عقلية سياسية) تريد تنفيذ مخطط للسيطرة على المجتمعات العربية والتحكم باتجاهاتها وتدمير ثقافتها وحضارتها . وهذا يتطلب من الأقطار العربية إدراج سياسة (الأمن الإعلامي والثقافي) ضمن خططها الأخرى الاقتصادية والعسكرية والسياسية لمواجهة مخاطر الغزو ومضامينه الأيدلوجية الهدامة . ذلك لأن وظائف الإعلام والثقافة في عالم الاتصال الحضاري الإعلامي هو ضمان أمن المجتمع من مخاطر الغزو الدولي المنظم .

إذن فالمواجهة تبدأ بمحددات وعناصر :

1-تحجيم العناصر التي خلقت الغزو وساعدت على اختراقه ،وهي عناصر ترتبط بالتقنيات الإعلامية المتطورة التي هي ظاهرة تاريخية , وذلك من خلال تقليص الفجوة التكنولوجية والتقنية ،والاعتماد على الذات .

2-المواجهة تبدأ عندما يشعر العرب بوعي حضاري بأن الأمن القومي العربي لا يمكن أن يتجزأ ولا يمكن لأي قطر عربي أن يحقق أمنه بمعزل عن أمن الأقطار العربية لمواجهة تحديات الغزو ومضامينه . لأن أول سمة جوهرية يتسم بها هذا الأمن هو سمة (قومية الأمن) بمعناها الشامل .

3-الغزو ينمو عندما تفقد المجتمعات حضورها الحضاري وهي ترتبط بمحددات تتعلق بقضية الديموقراطية في المجتمع العربي , وأزمة الحرية في الفكر والتفكير , وامتلاك الوعي بالواقع وحركته .

وباختصار شديد , فإن الغزو يريد إبقاء التخلف العربي بتكريس قيم حضارة الغرب وثقافته ،وهي معادلة ترتبط بالهدف المركز لمقاصد الغزو وأهدافه .

الهوامش

(1) فتحي الأبياري , الإعلام العالمي أو (الدولي) والدعاية , دار المعرفة الجامعية , الطبعة الأولى مصر 1985 , ص 86

(2) صلاح المختار , لماذا شؤون سياسية , مجلة شؤون سياسـية , العـدد الأول , السنة الأولى , كانون الثاني , 1994 , ص4

(3) Giffard, A. “Developed Na- tions News in U.S. Wire Service Files to Sasia” Journalism Quarterly 16. 1984. P 19>

(4) Lee, C., Media Imperialism Reconsidered : The Homogenizing of Television Culture Beverley Hills, CA : Sage.

(5) Schiller, H. “Mass Communication and Am- erican Empire, New York. 1968. P. 66.

(6) Szecskó Tamás, Kommunikácios redszer Kozanapai A kadamiai Kiado, Budpest 1971. P.33.

(7) د. ر. مانكيكان , تدفق المعلومات بـين الـدول المتقدمـة والناميـة , ترجمة فائق مهينم , دار العلـوم للطباعـة والنشرـ , المملكـة العربيـة السـعودية 1982 , ص 73 .

(8) L.R Comphel and R.E Wolseeley “News man a work” Houghton Mifflin com p. U.S.A P.23.

(9) د. عرفان عبد الحميد فتاح , الأصالة والمعاصرة – دراسة في دوافع الإخفاق , وقائع ندوة التحديات الحضارية والغزو الثقافي لدول الخليج , مسقط – سلطنة عمان , 1985 , ص324 .

(10) د. حسن صعب , الغزو الثقافي , صحيفة المواجهـة , تـونس 1982 , ص 5 .

(11) علم النفس الاجتماعي وقضايا الإعلام والدعاية . مجموعة علماء النفس السوفييت , ترجمة نزار عيون , العود , دار دمشق للطباعة والنشر . دمشق 1978 , ص 117 .

(12) John Merrill. "The free flow of news, Western Communcation Inperiolisum :Diver-gent views on ethical Issues "Studies in Third World Societies, No. g, 1979. P. 32.

(13) Phil Harns : Reporting Southeus Africa. Unesces, Paris, 1981, P. 16.

(14) Ibid., P. Ml.

(15) نيوزويك , 7 تشرين الثاني 1982 .

(16) عـن التكنيكـات انظـر : Charles A.Slepmann, Dropaganda, Techniques, in Voice of the people P : Readings in puplic Opinion and propaganda, Edition by christen son ans Mc Williams, 2nd Edition, New York : Ms Grow Hill book company, 1967, P.P. 331-339

(17) الخطة الشاملة للثقافة العربية , المنظمة العربية للثقافة والعلوم , الكويت 1986 , ص 16 .

(18) Iass wel, H, The stru cture and Functior comuncation in Society, 1978, P. 62.

(19) بريجنسكي , بين عصرين – الاستراتيجية الأمريكية في العصر التكنتروني , ترجمة وتقديم د. محجوب عمر , الطبعة الثانية , العربي للنشر والتوزيع , القاهرة 1988 , ص 14 .

(20) المصدر السابق , ص 50 .

(21) Bunce. R. “Television in the corporate in trest. New York : Praeger . 1976. P.85

(22) Katz, E and Wedell, G. : Broadcadsting in The Third World. Cambridge, MA: Harvare University Press. 1977. P. 18.

(23) د.ر. مانكيكان , مصدر سبق ذكره , ص77 .

(24) د. مصطفى المصمودي , النظام الإعلامي الدولي الجديد , سلسلة عالم المعرفة , العدد 94 الكويت 1985 , ص 129 .

(25) Anthony Smith, The Geopolitics of Information How Western Culture Dominates the World N.Y : Oxford univ. press. 1980. p. 8.

(26) الإحصائيات مأخوذة من كتاب د. ر. مانكليكان , مصدر سبق ذكره .

(27) ميشيل شويليين , السي. ان . ان تلفزيون القرية العالمية , مجلة الجيل / العدد (8) المجلد (12) , 1991 , ص 46 .

(28) لمزيد من التفاصيل عن هذا النموذج , والنماذج الأخرى ينظر : د. ياس خضير البياتي , الإعلام الدولي والعربي , مديرية دار الكتب للطباعة والنشر , بغداد 1993 ص 62 – 63 .

(29) د. ياس البياتي , احتلال العقول , دار الحكمة للطباعة والنشر , بغداد 1991 , ص 86.

(30) محمود أمين العالم , ملاحظات أولية حول الثقافة العربية والتحديث , انظر مجلة الوحدة , العدد 101 , مارس 1993 .

(31) د. محمد عابد الجابري , الزمن الثقافي العربي ومشكلة التقدم , انظر (أقلام) المغربية العدد 3 5 , أبريل 1981 .

(32) د. حامد ربيع , تأملات في الصراع الإسرائيلي , المؤسسة العربية للدراسات والنشر , بيروت 1976, ص 26 - 27 .

(33) د. راسم الجمال , دراسات في الإعلام الدولي , مشكلة الاختلال الاجباري , جده : دار الشروق , 1985 , ص 68 .

(34) د. عواطف عبد الرحمن , الحق في الاتصال وإشكالية الديموقراطية في الوطن العربي , مجلة الدراسات الإعلامية , العدد 149 , كانون الأول 1987 , ص 30 .

(35) صلاح الدين عبد اللطيف , دور وكالات الأنباء الاقليمية ومجمع وكالات أنباء دول عدم الانحياز في تحقيق التوازن الاجباري العالمي . مجلة الدراسات الإعلامية , العدد (53) , كانون الأول 1988 , ص 84 .

(36) ايليا حريق , انتشار الأخبار واتجاهها . انظر كتاب (حق الاتصال) , دائرة الشؤون الثقافية , سلسلة دراسات (318) , بغداد 1982 , ص 83 .

(37) د. راسم محمد الجمال , الأنباء الخارجية في الصحف العربية . المجلة العلمية لكلية الإعلام , العدد الأول , القاهرة 1989 , ص 94 .

(38) د. مازن العرموطي : دعوة لإنشاء سوق أخبار عربية مشتركة , مجلة الأفق العربي , الأردن 1981 , ص94 .

(39) اليونسكو , وثيقة أهداف واستراتيجيات , باريس 1982 , ص 1 9

(40) رضا النجار , اتجاهات البرمجة التلفزيونية في الوطن العربي , اتحاد إذاعات الدول العربية تونس 1983 , ص 97 .

(41) د. راسم الجمال , مصدر سبق ذكره , ص 47 .
(42) د. توفيق عبد اللـه يعقوب , تدفق البرامج التلفزيونيـة الأجنبيـة – وهويـة المحطة , المجلة التونسية لعلوم الاتصال , العدد (17) , حزيران 1988 , ص 175 .
(43) حسين أبو شبيب , دور التلفزيون في خلق ثقافة عربية متوازنة في الخليج العربي , رسالة ماجستير كلية الإعلام , جامعة القاهرة 1982 . نقلاً عن مقالة سعد لبيب (الأمن الثقافي في المجال الإذاعي) مجلة الدراسات الإعلامية مجلة الدراسات الإعلامية . العدد (49) , القاهرة 1987 , ص 14 .
(44) الكحلاوي , قراءة تحليلية في وسائل الاتصال والإعلام في المنطقة العربية , مجلة البحوث , العدد (16) , بغداد 1985 , ص 73 .
(45) ماجدة موريس , عنصرية المسلسلات الأمريكية والسياسة الخارجية لأمريكا , مجلة النار , العدد (34) , تشرين أول 1987 , ص 114 .
(46) أساليب السينما الصهيونية , المؤسسة العربية للدراسات والنشر , بيروت 1980 , ص 9

(47) Boyd, A, Douglas Broadcasting the arab world, Tample University philiadelphia, 1982, P. 237.

(48) UNESCO, Statistical Year boo, Paris 1981. P. 109.

(49) د. عواطف عبد الرحمن , مصدر سبق ذكره , ص 96 .

(50) Aggarwala, No. “What is Development News?” Joutnal of Communication 29 (2) : 1979. P. 154.

(51) للتفاصيل انظر كتاب : شون ماكبرايد , أصوات متعددة وعالم واحد , الشركة الوطنية للنشر والتوزيع , الجزائر 1981 .

(52)- 2- يحيى اليحياوي، العرب وتحديات تكنولوجيا الاتصال والإعلام وموقعنا من التوزيع العالمي،
مركز العالمي لدراسات وأبحاث الكتاب الأخضر، ملخص محاضرة مطبوعة، ليبيا2005،ص7
بحوث علمية:\Documents and Settings\fjac.yas\Desktop\-www مختارة\الأنترنت : موقع(53)
(54)-مزيد من التفاصيل، انظر : تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2003 (برنامج الأمم المتحدة الإنمائي و الصندوق العربي للإنماء الاقتصادي والاجتماعي، 2003)، ص ص 63- 64.
(55) تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام 2002، مرجع سبق ذكره،ص72.

الفصل الثاني

الإعلام العربي وتحديات العصر الرقمي

الفصل الثاني
الإعلام العربي وتحديات العصر الرقمي

اذا كانت الحروب والاحداث السياسية والمتغيرات الدولية، وصراع القوى الكبرى والتكتلات الاقتصادية، وسباق التسلح النووى، تشغل يوميا تفكير انسان هذا العصر، وتاخذ وقتا كبيرا من تفكير المخططين الاستراتيجيين في الدوائر السياسية ومراكز البحوث العلمية، فان الاعلام يشكل، كما يبدو، قضية اساسية في عصر تكنولوجيا التواصل الاعلامي، او كما يسمية بعض الباحثين عصر الاتصال الجماهيري ، حيث اتاحت اجهزة الاتصال الالكترونية، خاصة مجال الاذاعة والتلفاز والطابعة والترانزستور والاقمار الصناعية، المجال لتوفر اجهزة الاتصال واستعمالها واقتنائها على نطاق واسع، وهو ما اتاح ايضا جعل العالم قرية عالمية.

ان الكثير من الباحثين في العالم يتحدثون عن ثورة الاتصال التي شهدها عصرنا الحالي باعتبارها (الثورة الثانية) التي لعبت دورا مؤثرا في حياة الانسان بعد الثورة الصناعية، فاذا كانت سمة الثورة الصناعية الاساسية هي انتاج المواد بكميات كبيرة، فان سمة الثورة الاتصالية الاساسية هي انتاج الرموز بكميات كبيرة، كما ان صناعة الاتصالات واستخدامها اصبحت المعيار الحضاري الذي يميز دولة عن اخرى في عالمنا المعاصر، تماما كما اصبحت معيارا يميز العصر الحالي عن العصور السابقة.

ولذلك فان الاسلوب الذي تعمل به وسائل الاعلام في اي بلد يعكس طبيعة النظام السياسي والاجتماعي ونفوذ السلطة وطبيعة العلاقات التي تربط الافراد بالمؤسسات. ويمكن الاقرار بان توجه العالم على المدى البعيد يتمثل في تحويل

مجتمع الانتاج الى مجتمع علمي معرفي اي الى مجتمع اعلامي، وان حجم الاعـمال في صناعة الاعلام في العالم يناهز(200) مليار من الدولارات, وستتطور الصناعة لتبلغ حـوالي 40% من مجموع الانتاج الصناعي العالمي(1)، وهـذا يعنـي ان العـالم مقبـل عـلى ثـورة صناعية اتصالية ستفرز الكثير من الانماط الاقتصادية والمعرفية والسلوكية، وسـتفرز ايضـا طبيعة الانظمة الاعلامية ومحتوى الرسالة وسيكولوجية المتلقى.

فالحضارة المستقبلية هي الحضارة المعرفيًة ذلك لان (الثورة المابعد الصناعة تمتاز ببروز صناعة المعرفة وبزوغ الاجتماع المؤسس على الاعلام، وان حركة الحضارة تتحول من انتاج السلع المادية وتوزيعها الى تجميع المعلومات وتوزيعها) (2)، وسيؤدي هذا الوضع الى تحقيق التواصل الحضاري بين البشر بفضل هذه الحضارة المعرفية التي ستختصر المسافات وكما يعبر عنها توينبى (بالغاء الحضارة العصرية للمسافات) بحيث تبلغ العملية الاعلامية مداها اللحظوي، الى حد التواصل الزماني والمكاني بين انسان واخر في لحظة واحدة ضمن ثورة التواصل الحضاري الاعلامي العصري التي وصفها ماكلوهان بانها (ثورة الانسان الكلي, وثورة التكامل الانساني الكلي، اللتان يمكنهما ان تطورا الإنسانية الى مدينة حضارية واحدة)(3).

ولابد من الاقرار بان بقاء الهوة التكنولوجية الاعلامية بين الدول المتقدمة والدول النامية سيبقى الهيمنة الاعلامية للدول الصناعية في مجال المعلومات والاعلام لسنوات طويلة، وستضرر الدول النامية من جراء هذة الهيمنة، بحيث تكون غير قادرة على الحفاظ على استقلالها السياسي وامنها الثقافي بسبب التفوق التكنولوجي للغرب بل انها ستصبح معرضة لاختراقات مستمرة وحادة لمعتقدات وافكار وايدولوجيات تتعارض مع انظمتها السياسية والاجتماعية والثقافية.

ولهذا علينا ان نقرر من البداية بان دراسة الاعلام العربي يقترن بمحـددات موضـوعية ترتبط بعوامل كثيرا اهمها الفجـوة الكبـيرة في تكنولوجيـا الاتصـال والاعـلام بـين العـرب والغرب، وضعف الامتلاك في مجال اجهزة وسائل الاعلام، وضالة حصة العرب من سـكان العالم بما يتعلق بالمنتوجات الاعلامية ووسائل الاعلام الجماهيري ، وهذا يدعو الى دراسـة الخريطة الاعلامية العربيـة مـن اجـل تثبيـت الحقـائق، والخـروج باسـتنتاجات منهجيـة لمشكلات الاعلام العربي من ناحية الوظيفة والمحتوى والتعبير.

الخريطة الإعلاميّة العربيّة

يرتبط انتشار وسائل الإعلام,واستهلاك المواد الإعلامية بالتطور الحضاري للمجتمعـات وبقدرتها على استيعاب التكنولوجية الإعلامية وتفاعلهـا مـع الرسـالة الإعلاميّـة كوظيفـة حضارية.

مثلما يعكس، ايضا التطور الحضاري للانسان تطور وسائل الاتصـال واسـاليبة وتطـور الوسط الاتصالي المستخدم في حفـظ وتسـجيل الانتـاج الفكـري للانسـان وتنظيمـة وبثـة ونشره.

ومن المؤسف حقا ان الاقطار العربية تاتي في ادنى السلم في استهلاك المـواد الاعلاميـة، وتبلغ حصة العرب من سكان العـالم 4,5%(4)، ولكـن حصـتهم في الصـحف اليوميـة وفي الكتب المنشورة تبلغ اقل من ربع حصتهم من مجموع سكان العالم في حين ان الاوربيـين تزيد حصتهم من الصحف اليومية عن نسبتهم من مجموع سـكان العـالم اكـثر مـن سـتة اضعاف، ولا يتقدم العرب على الاسـيويين سـوى بحيـازتهم عـلى نسـبة اكـبر مـن اجهـزة المذياع.

ونجد انه بين الف مواطن عربي (20) منهم يقرأون الصحف في حين ان المعدل الدولي يبلغ (130)، ويبلغ توزيع اجهزة الاستقبال التلفازي (120)

جهازا لكل الف مواطن بينما ترتفع اجهزة التلفاز في الدول الغنية الى (484) جهاز لكل الف مواطن.

وعموما، يتراوح عدد الاجهزة بين (40- 50) جهازا لكل الف مواطن من حيث المتوسط ويتراوح عدد اجهزة المذياع لكل الف ساكن في الاقطار العربية ذات الدخل المتوسط بين(150- 204) وتصل النسبة في بعض الاقطار الغنية الى (460) لكل الف من السكان، مع ذلك تبلغ اوجه التفاوت في مجال الاذاعة حدا صارخا اذ يبلغ نصيب الفرد في البلاد المتقدمة اكثر من جهاز اذاعي، بينما تتحقق هذه النسبة بجهاز وحد لكل ثمانية عشر شخصا في افريقا ولكل ثلاثة عشر شخصا في اسيا بل ان عدد اجهزة المذياع في امريكا وغيرها، على سبيل المثال، اكثر من عددها في مجموعة الدول النامية.

وتشير احصائيات اليونسكو الأخيرة الى ان متوسط ماتبثة وكالات الانباء العربية التي يمكن النقاط خدماتها في نطاق الوطن العربي يبلغ حوالي (900) خبر او موضوع يوميا، وهذا امر يدعو الى اكتشاف وجه اخر للخلل الذي يحدث في تدفق المعلومات بشكل افقي بين دول العالم الثالث.

وتعتبر وسائل الإعلام من أهم آليات نشر المعرفة، ولكن مازال الإعلام العربي ووسائط الوصول اليه وبنيته التحتية ومضمونه يعاني من الضعف والقصور، ما يجعله دون مستوى التحدي في بناء مجتمع المعرفة، فعدد الصحف في البلدان العربية يقل عن 53 لكل 1000 شخص مقارنة مع 258 صحيفة لكل 1000 شخص في البلدان المتقدمة .

وباختصار فان الاقطار العربية ماتزال دون مستوى الطموح على الرغم من التطورات التي حدثت في وسائلها الاعلامية من الناحية التكنولوجية، فهي ماتزال بحاجة الى جهود علمية منظمة لرفع الكفاءة الفنية والتقنية لهذه الوسائل وصولا الى مستوى الدولي المتطور.

ان دلالات الارقام تعكس حدة الاختلال داخل المنطقة العربية من حيث التجهيز الاعلامي ووسائلة المتنوعة مثل الصحف واجهزة الطباعة والمذياع والتلفزة والوكالات، كما يشير الواقع الاعلامي بين الاقطار العربية الى وجود اختلالات حادة في تدفق الاعلام والمعلومات ولا نبالغ اذا قلنا ان هذا التفاوت بين بلد عربي واخر قد يكون في بعض الاحيان من (100:1) وحتى اكثر، كما هو الحال بالنسبة لاستهلاك ورق الصحف او اجهزة استقبال التلفزة،اضافة الى ضعف حجم التدفق الاعلامي بين الاقطار العربية في مستوى وكالات الانباء وتبادل الاشرطة الاخبارية المصورة وتوزيع الصحف حيث تتراوح نسبة هذه الحركة بين 10و30 من التدفق العام(5).

ولابد من الاعتراف بان الوضع الاعلامي الراهن على مستوى الدولي يشير الى حقائق خطيرة منها(6):

1. تمركز المصادر الاعلامية والثقافية من حيث الانتاج والتوزيع بكافة اشكاله في الدول التي تحتكر مصدر القوة العسكرية والاقتصادية والسياسية.

2. ان التدفق الشامل للانباء ياخذ طريقة من العالم الصناعي الذي يضم ثلث سكان العالم الى العالم الثالث الذي يضم ثلثي سكان العالم،وان 80% من الانباء الموزعة يوميا في العالم تتولى انتاجها وكالات عالمية لا يتجاوز عددها (5) وكالات فقط.

3. الدعاية الثقافية المضادة الموجهة من دول الشمال الى دول الجنوب، وما يترتب عليها من سيطرة الثقافة الغربية وتهديد الثقافات المحلية والتي تؤدي الى تكريس اخطر اشكال الاستعمار الاعلامي.

4. تجاهل وسائل الاعلام الغربية لاخبار بلدان العالم الثالث، والتحيز في نقل الاخبار من هذا العالم الى العالم المتقدم وبالعكس.

مشكلات الإعلام العربي الرسمي

اذا ماتم اختبار الفرضيات التي وضعها عدد كبير من الباحثين العرب حول واقع الاعلام العربي،والتي تتلخص في نقاط جوهرية ابرزها:عدم فعالية الاعلام العربي في تحديث المجتمعات العربية،وعدم قدرته على استيعاب المعطيات الحضارية والتطور التكنولوجي الدولي وضعف محتواه وأساليبه التعبيرية ، ووضع فرضية مركزية تتلخص بان الاعلام العربي يسير على طابع غير علمي ولا يحكمة سوى الاسلوب النمطي المقلوب, وهو يتجة الى السطحية وعدم الجدية بسبب افتقاره الى التخطيط, فهذه سمة عامة تميزه من ناحية المنهج والاداء والتعبير.فأن مفهوم الاعلام, ووظائفة بقيت متخلفة وغير واضحة في ضوء التطور الحضاري الاعلامي, بل ان المفهوم التقليدي بقى يشكل قاعدة عامة في منهجية الاعلام العربي وتوجهاتة ووظائفة, بحيث اختلطت المفاهيم والمنهجية في سياقات نمطية ادت الى افراز معطيات اصبحت من التقاليد اليومية للخطاب الإعلامي،ومن هذه المعطيات:

1- ان العرب يتناولون الاعلام في سياقة السياسي اكثر مما يتناولونه في سياقة الحضاري سواء اكان ذلك على الصعيد الوطني او القومي او الدولي (7).

2- الاعلام العربي الداخلي ليست له في الاقطار العربية تقاليد سوى قاعدة واحدة مطلقة وهي ذات شقين النظر الى المواطن العربي على انه غير جدير بالثقة والنظر الى رجل الاعلام على انه اداة للتصفيق الحاد(8).

3- الاعلام العربي مايزال في مجموعه يرى في الاعلام الخارجي امتدادا للإعلام الداخلي، وما تزال جميع صور الإعلام تخضع لمنطق واحد اساسه منطق الاتصال الداخلي.

3- الاعلام العربي سلطوى التوجه والتعبير ويفتقر الى المشاركة الجماهيرية في صنع القرار الاعلامي.

4- الاعلام العربي يتمركز في العاصمة والمدن الكبرى ،فحينما تكون السلطة تكون وسائل الاعلام لذلك فالاعلام العربي حضرى ولا يشبع رغبات واذواق واحتياجات اهل الريف الذين يشكلون الأكثرية في المجتمع العربي.

ان من الضروري في دراسة الاعلام العربي الاجابة على بعض التساؤلات التي تحتاج الى اجوبة علمية لمعرفة ابعاد ومشكلات الاعلام العربي، فمن المهم توضيح العلاقات وصيغ التفاعل بين وسائل الاعلام والسلطة مع التعمق في موضوعيّ الحرية والمسؤولية الاعلامية بصفة خاصة، وموضوع التشريعات الوطنية العربية المختلفة والنصوص المتعلقة بالاخلاقيّة المهنية، وقضية اللامركزية الإعلامية وعلاقتها باللامركزية الاقتصادية والثقافية،وكذلك السياسات الاعلامية الوطنية والقومية التي تحتاج الكثير من الوضوح والدقة.كما لابد من استجلاء مزايا وسلبيات التكنولوجيا الجديدة وتاثيرها على الوطن العربي وعلى التدفق الاعلامي بين العرب وبقية انحاء العالم، مع ضرورة ابراز علاقات التاثير والتفاعل بين الاعلام والتنمية بكافة تفرعاتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

ان الإعلام العربي السائد يفتقد الى ابسط شروط العمل الاعلامي الناجح في الوصول الى الناس والتاثير بهم, وتلبية حاجاتهم الاجتماعية والنفسية والثقافية.

ولعل أبرز هذه الشروط ما يلي(9):

الخطة: ان اعلاماً لايقوم على اسس خطة اعلامية متكاملة لايستطيع انجاز الاهداف المطلوبة منه في حشد القوى الداخلية حوله، وفي تعبئة الراي العام الى جانب قضاياه، وبديهي ان غياب الخطة الاعلامية انما هي انعكاس لغياب الخط السياسي المحدد والواضح.

التغطية الاعلامية: لاشك ان اول مايشد المواطن الى الاجهزة الاعلامية هو من اجل الحصول على المعلومات، وخاصة الاخبارية، والملاحظ ان الاعلام

العربي في معظمه لاعلاقة له بضرورة توفير التغطية الاخبارية لمواطنيه, فهو يمكن ان يتجاهل خبرا يحتل صدارة الاخبار في العالم او هو يقزمّة الى ادنى حد, كما يشاء، ولهذا السبب يتجه المواطن العربي الى الاذاعات الاجنبية.

الصدق: الاعلام العربي يكذب كثيرا، ويكذب كما قال احد, الباحثين حتى في النشرة الجوية وانباء الطقس، ولان الكذب حبلة قصير، فان المواطن سرعان مايكشف الحقيقة ومع تكرار الكذب لايلبث المواطن العربي ان ينصرف عن اجهزته الاعلامية بحثا عن مصادر اكثر ثقة وصدقا, ذلك لان ثقة المواطن العربي باعلامه شرط اساسي من شروط تواصله مع هذا الاعلام.

التعدديّة: في معظم الاقطار العربية هناك اكثر من صحيفة في كل قطر ولكنها جميعا ليست سوى نسخ كربون عن بعضها وعن وكالة الانباء الرسمية, وهي تتشابه الى حد الملل مع الاذاعة والتلفاز، وهذه احدى مظاهر غياب الحياة الديمقراطية، وغياب المنابر الاعلامية المتعددة التي تجعل المواطن قادرا على محاكمة الرأي والرأي الاخر.

كما إن السياسة الاعلامية لايمكن ان تنفصل عن الحقيقة التطور الحضاري الإعلامي،لأن السياسة الاعلامية وجه السياسة بمعناها الشامل، والاعلام هو محور جوهري من محاور (صناعة الحضارة) لذلك فان السياسة الاعلامية تحتاج الى خطة متكاملة،واضحة الاهداف،ولها شمولية في الرؤية المستقبلية اضافة الى دقة منهجيتها،ذلك لأن غياب الخطة الاعلامية يعني غياب الخط السياسي المحدد الواضح،وهذا يعني بان العمل الاعلامي سيصبح عملية بطيئة لاتستجيب لمتطلبات الواقع وبالتالي يفقد هذا العمل تاثيره وقدرته على التواصل الحضاري.

ويعتقد احد الباحثين العرب، بان قمة بغداد عام 1978 قد عالجت موضوع الاعلام العربي بصورة متقدمة جدا من حيث تصميم الخطة ومجالها واساليب العمل والجهة ذات الاختصاص والتمويل ولكن المشكلة الجوهرية لاتكمن في

الجانب النظري للسياسة الاعلامية العربية وانما في جانبها التطبيقي بحيث تتحول هذه السياسة الى حقيقة حية في ميدان العمل الاعلامي العربي مع توفر جانب المصداقية في تنفيذ الخطة ومتابعتها من قبل الاقطار العربية.كما ان السياسة الاعلامية تحتاج الى وضوح في ثبات اهدافها السياسية وتحديد الجهة صانعة القرار، بمعنى ادق تحديد الاهداف بشكل واضح منسجمة مع متطلبات البيئة العربية وحاجات الانسان العربي .

والملاحظ ان السياسة الاعلامية المحلية كثيرا ما تكون بديلا عن السياسة الاعلامية القومية وكذلك عن السياسة الاعلامية العربية الدولية مما يؤدي هذا التداخل الى خلق اكثر من سياسة اعلامية لاتحقق الا التناقض وتشتت الجهود السياسية والاعلامية بحيث لاتصبح قادرة على التاثير في الرأي العام ومجابهة الإعلام المعادي.

فالمنطقة العربية بسبب اشتراكها في خصائص ثقافية واحدة وجذور حضارية مشتركة ولغة واحدة برغم تباين اللهجات، ومتصلة مع بعضها جغرافيا،فانها بحاجة الى سياسة اعلامية قومية اكثر من سواها من المجموعات الدولية الاخرى لمجابهة التحديات الحضارية المعاصرة.

والثابت, من خلال الاتجاهات العامة لسياسات الاعلام وممارساته في المنطقة العربية،بروز اكثر من اتجاه في هذه السياسة اهمها:

1- تسود المركزية الشديدة ممارسات الاعلام في الاقطار العربية سواء بالنسبة للتوزيع الجغرافي او بالنسبة للادارة.

2- الاهتمام الزائد في ممارسات الاعلام والاتصال بالنشاط السياسي والدعائي الموجه،وما يقابله من نشاط ترفيهي على حساب وظائف الاتصال الاخرى.

3- الاعتماد على المنتجات الاعلامية الخارجية لسد النقص في الانتاج المحلي،ولا ينطبق هذا على التلفاز وحده،وانما يمتد ايضا الى الصحافة ووكالات الانباء والسينما.

وإذا ما حاولنا ان نحدد ثوابت السياسة الاعلامية على المستوى القطري والقومي فاننا سنجد ان هناك اكثر من هدف واستراتيجية تتناقض مع بعضها احيانا،وسنجد ايضا ثوابت ومحددات تعيق الرسائل الاعلامية العربية، فالسياسة الاعلامية على المستوى القطري تتحدد بمفاهيم محددة ابرزها: سياسات ينقصها التنسيق والتفاعل مع المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية والتعليمية والثقافية مما يجعلها تعاني من التناقض والتكرار،كما انها سياسات تحكمها النظرة القطرية الضيقة في كثير من توجهاتها وليس لها ارتباط وتنسيق مع السياسة الاعلامية العربية،وهذا يفقدها عنصر التفاعل والحيوية،اضافة الى انها سياسات دون جهة تتولى رسم خططها وتنظيمها ودون جهاز متطور من التخطيط والمتابعة.

اما السياسة الاعلامية على المستوى القومي فانها تعاني من مشكلات ابرزها: تداخل هذه السياسة الاعلامية مع السياسة الاعلامية القطرية،وعدم وضوح الرؤية السياسية للكثير من القضايا العربية المشتركة، وضعف في التخطيط والمتابعة الصادقة، وعدم استيعاب للوضع الدولي ومتغيراته، ولثورات تكنولوجيا الاتصال والاعلام، كما انها سياسات تنقصها الوظيفة الحضارية في التعامل مع الرأي العام(10).

والاهم، كما نرى ان السياسة الاعلامية العربية تتأطر باشكاليات منهجية من ناحية العلاقة مع المواطن العربي المتمثلة بمبدأ (حق الاتصال) و (ديمقراطية الاعلام) فهناك فجوة واضحة بين الاعلام العربي كرسالة حضارية وبين المواطن وهذه الفجوة تتجسد في اكثر من اتجاه:

التناقض بين التشريعات الاعلامية والسياسية والتطبيق، وضعف حق الاتصال في الوطن العربي, فالدساتير العربية جميعها تنص على مبدأ حرية التعبير، وحرية النشر وحرية الصحافة والاعلام، وافردت لها بنودا خاصة في تشريعاتها المختلفة متضمنة عبارات تؤكد حق الانسان العربي في الاتصال والاعلام وممارسة دوره الانساني عبر اجهزة الاعلام، غير ان هذه النصوص جميعها مقيدة بعبارة في حدود القانون، وهذا يعني ان هناك نصوصا قانونية تؤطر هذه الحرية وتحميها ضمن رؤية النظام السياسي للقطر العربي.

وينبغي ان يرتبط (حق الاتصال) بمفهوم الديمقراطية بمعناه الشامل لتحقيق اتصال ديمقراطي بحيث تتحقق في هذه العملية الديمقراطية الشروط الاتية: ان يصبح الفرد شريكا نشيطا وليس مجرد هدف للاتصال، وان يتزايد تنوع الرسائل المتبادلة، ويزداد التمثيل الاجتماعي او المشاركة الاجتماعية في وسائل الاتصال كما وكيفا(11).

ولذلك يمكن القول بان الاتصال بطبيعته علم ديمقراطي لانه يعتمد على الحوار والاقناع في حرية مسؤولة وهذا يستدعى من الاعلام العربي وسياساتة:

1.اعادة الثقة بين المواطن العربي ووسيلته الإعلامية من خلال تقديم الافضل ورفع مصداقية البرامج من اجل خلق التفاعل بين الفرد والسلطة، لأن الإعلام لايتحمل التزوير والتزييف الى الابد.

2. دفع العملية الاعلامية العربية للتفاعل مع عملية التنمية الحضارية من جهة وتحقيق التكامل الاعلامي من جهة اخرى عن طريق الاعلام المحلّل والمفسَر، وليس الاعلام التبريري لاعمال السلطة.

3. جعل تفاعل الاعلام مع النظام السياسي تفاعلا ايجابيا لخدمة المجتمع وليس تفاعلا استبداديا او تسلطيا.

4.أ نشاء مجالس المؤسسات الاعلامية يشارك فيها قادة الراي والاختصاصيون في مجالات علم النفس والاجتماع والتاريخ والاعلام والسياسة والشؤون العسكرية لاعداد الدراسات والبحوث الاعلامية من جهة ولخلق الثقة بالاعلام الوطني من جهة اخرى.

5. الالتزام بحماية الإعلام وابرام مواثيق الشرف الاعلامي، والاعتراف بحق النقد والمعارضة(12)

وعلينا ان نتذكر ايضا عناصر حيوية وضرورية بالنسبة لحق الاتصال في الوطن العربي هذه العناصر تشكل قاعدة مهمة لممارسة الانسان العربي حقه في الاتصال ومن هذه العناصر: النظر الى حق الاتصال على انه مفهوم ديناميكي ومرن يمكن ان يستوعب اوضاعاً ومتطلبات اجتماعية عديدة ، وكذلك يمكنه ان يتواءم مع انظمة الاتصال ووسائله وخدماته. كما ينبغي ان يقوم حق الاتصال على اساس مفهوم اكثر شمولا للاتصال يعترف بان الاتصال عملية تشمل مجالات الحياة كافة. وان الهدف من حق الاتصال هو التعبير عن القيم الاجتماعية الايجابية التي في مقدمتها السعي الى مجتمع اكثر ديمقراطية والى مشاركة شعبية اكبر.

ومن الواضح ضمن هذه المعطيات ان السياسات الاعلامية العربية ماتزال قاصرة على فهم دلالات حق الاتصال وديمقراطيته واهميته للمجتمع العربي ، بدليل ان هذه السياسات ماتزال بعيدة عن الواقع الدولي ومتغيراته, وبعيد عن الحاجات النفسية والاجتماعية للانسان العربي لتفجير طاقاته الابداعية في مجالات الحياة. ويقينا ان هذه السياسات التي هي انعكاس لسياسة النظام السياسي ، ستجد نفسها ضمن المتغيرات الجديدة لعصرالعولمة ، بحاجة الى استراتيجية واضحة للعمل الاعلامي القطري والقومي تستند على اسس ديمقراطية بحيث تعطي حرية اكبر للانسان العربي في حق الاتصال وحرية الراي والتعبير.

عصر الفضائيات الخبريّة

شهد الوطن العربي في بداية عام 1990 من القرن العشرين، ولادة الفضائيات العربية ، بعد أن امتلاء فضاءه ، بتغطية للأقمار الأوروبية المباشرة حيث المئات من الأقمار ،وكل واحد يبث عشرات القنوات التليفزيونية.والملاحظ أن أغلب القنوات العربية محمولة على القنوات القمرية لعربسات ونايل سات، ولكن بعضاً منها يضيف أليه أقماراً أخرى بغرض ايصال ارساله إلى مسافات أوسع وأبعد ، وهذا ما جعل عدد الأقمار المستخدمة لحمل القنوات العربية يصل إلى أكثر من تسعة أقمار هى إنتلسات ،عربسات ، ينلسات ، نايل سات ، بانماسات ، أوروبون F1 و RAS-2-3-4 وايكوستار(13). وغيرها من الأقمار الصناعية.

ويمكن تحديد الوظائف الإعلامية للفضائيات العربية بالنقاط التالية :

1- الوظيفة الخبرية، حيث شهدت المنطقة العربية ظهور فضائيات متخصصة في مختلف الميادين ، وأبرزها الفضائيات الخبرية كالجزيرة والعربية والإخبارية وغيرها، ويعود الفضل لقناة الجزيرة بأنها تمكنت من خلق تقاليد إعلامية جديدة في الحياة الإعلامية العربية ، من خلال توجهها نحو الأخبار والخدمة الإعلامية والمنافسة المهنية ودورها في تكريس مبدأ الحوار الديمقراطى ، والحرية الإعلامية ، واحترام الرأي والرأي الآخر ، وإشاعة المعلومة الحرة التي تكشف عيوب الواقع العربي ونظامه السياسي.

وبقدر ما حققت هذه الفضائيات الخبرية تفوقاً في المجال الإعلامى والمهنى ألا أن ذلك لا يمنع القول بأن معظمها ما زالت تحت سيطرة الحكومات أو الأفراد لتحقيق مصالح سياسية، وأجندات سريّة يصعب التكهن بأهدافها المبطنة، ومصادرها الخفيّة.

2- الوظيفة التعبوّية، والتي مازالت تمارس دورها التقليدى في القنوات الفضائية الحكومية ، للتمجيد بالنظام وتعبئة المواطن بمعلومات مقولبة .

وهذه الفضائيات خرجت من رحم إعلام تقليدى عربى ، تتحكم به أجهزة الرقابة الرسمية ، وينطق بلسان السلطة في قوالب إعلامية جاهزة ونمطية.

3- وظيفة الترفيه ، حيث أصبحت هذة الوظيفة تسيطر على الحياة العربية، وذلك بسبب الأتجاة التجارى لمعظم الفضائيات التي تطغي عليها مفهوم ثقافة الترفية معظم برامجها ، وكلها تتسابق على أرضاء الجمهور العربي وبالذات الشباب ، لإسباب مادية وتجارية ، مع بروز ظاهرة دخول المال العربي بشكل سلبى إلى الإنتاج الإعلامى والفنى ، دون أعتبارات للواقع الإجتماعى ، بحيث أصبح الاستثمار الإعلامى يأخذ مداه السلبى في تعميق ثقافة الإثارة.

ويمكن القول بأن الشبكة الفضائية العربية (MBC) السعودية هى أول قناة فضائية عربية تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية من لندن عام 1990 ، وهى شركة تجارية خاصة تعود ملكيتها لممولين سعوديين وتبث برامجها الآن من مدينة دبى الإعلامية. ثم بدأت بعدها عام 1994 شبكة أوربت (orbit) و(ART) التي تأسست في روما ،وكان العراق الدولة العربية الأخيره التي شرعت بالبث التليفزيونى الفضائى، ويمتلك الآن العشرات من الفضائيات الخاصة،كما أن بعض الأقطار العربية أصبح لها أكثر من قناة فضائية، وازداد إنشاء الفضائيات من قبل الشركات أو الأفراد لأسباب استثمارية تجارية.

ويحدد عدد من الباحثين اتجاهات الفضائيات العربيةوأنماطها وايجابياتها بالنقاط التالية:(14)

1- مهما تعددت البواعث والاسباب لإنشاء الفضائيات العربية فأن تياراً إعلامياً حقيقياً فرض قواعده ليس على القنوات المستقلة فقط ، بل حتى على تلك الرسمية التي اضطرت إلى مجاراة عصر العولمة ودخول حقل الفضائيات الحديثة شكلاً ومضموناً.

2- استحوذت عن غالبية المشاهدين العرب وشغلتهم عن متابعة القنوات الدولية الأخرى بسبب :

- كثرتها وتعددها حيث وفرت خيارات متعددة للمشاهدين العرب
- استعمالها للغة الأم ، حيث سهلت عملية التلقى والفهم
- تنوع برامجها وتعدد تخصصاتها في مجال الحياة والعلم والفكر.

3- تقـديمها أدوات تعبـير إعلاميـة جديـدة للفـرد والجماعـة والمجتمـع في المجـال السياسى وخاصة القنوات الفضائية الخبرية التي كسرت قيود الإعلام التقليدى السلطوي.

4- احـدثت الفضـائيات العربيـة تغيـيراً مهـماً في المجتمعـات العربيـة مـما يتعلـق بالتفاعل فيما بينها ،وتعميق وحدة الفكر ازاء قضايا الوطن وتحدياته ،وأشـعرتهم بـأنهم امة واحدة من خلال تشابة التراث والفكر والعادات. وبأختصار أصبحت الفضائيات جـزءً من السياسة ومن حياة الناس وتشكل آراءهم وأفكارهم ومواقفهم.

5- مازالت الحكومات العربية تسيطر على الفضـائيات حتـى التجاريـة منهـا،أوالتي تبدو مستقلة وتعمل في الخارج بل أنهـا أتاحـت للحكومـات وسـائل جديـدة في الهيمنـة والاحتكار في مجال الصورة والإعـلام أكـثر ذكـاء ودهـاءً، وأقـل التزامـاً بالمعـايير الرسـمية الثقافية والآخلاقية والسياسية ، وذلك من خـلال واجهـات الاسـتثمار الإعلامـى مـن قبـل الأفراد.

6- أفسحت القنوات الفضائية العربية رغم لعبة الملكية ، المجال للتحليل في جوانب جديدة من الإعلام ، تجعلة أكثر قرباً من الحريات ، وتجعل الحكومات أقل أحتكـاراً مـن الماضى القريب وأقل سيطرة عـلى مصـادر النـاس مـن المعرفـة ، وتكشـف عـن فاعليـات إيجابية جديدة في المشهد العربي مما يتعلق بالوحـدة والتقـارب والتفاعـل مـن الأزمـات والقضايا العربية والعالمية.

7- لعبت بعض الفضائيات العربية دوراً مهماً في مواجهة النفوذ الإعلامى حيث أستطاعت بعض القنوات وخاصة الجزيرة ، ان تواجة الآلة الإعلامية الغربية المتفوقة ، وتظهر تغييراً واضحاً في التدفق الإعلامى بل وفي اسلوب

ومضمون الخطاب الرسمى الغربي والعربي أيضاً ، ويكفي بعض الفضائيات العربية إنها أصبحت مصدراً إعلامياً وخبرياً أثناء الازمات الكبرى للكثير من الفضائيات الدولية من قبل (CNN) و(FOX)و(BBC) وغيرها.

8- ساهمت الفضائيات العربية في أرتقاء بمستوى الأداء الإعلامى والمهنى وأبتكرت اسلوباً جديداً في قنوات الصحافة الفضائية العربية المعاصرة ، وخاصة في مجال النشرات الأخبارية وتقارير المراسلين والحوادث والسياسة والفكرية.

9- ساهمت الفضائيات العربية في توسيع دائرة الحوار السياسى والإجتماعى حولها ، الامر الذى خلق معه حماساً متجدداً للحديث في القضية الإعلامية في الوطن العربي.

والملفت للنظر، ظهور قنوات فضائية خبرية ، ألغت الكثير من تقاليد ومنهجية الإعلام العربي في مجال صناعة الأخبار والتقارير والتغطيّة الإعلاميّة المباشرة، وأصبحت تشكل ظاهرة صحيّة في الحياة العربية، ومن أبرز هذه الفضائيات:

1-قناة الجزيرة Al-Jazeera Satellite Channel (JSC) (15).

ويعود التاريخ الحقيقي لتأسيسها الى اليوم الأول من تشرين الثاني نوفمبر 1996، حينما أنطلقت من دولة قطر لتحمل شعاراً جديداً في المنطقة العربية (الرأي والرأي الآخر) ، ممولة من الحكومة القطرية لبناء البنية الأساسية لهذه القناة ،وعلى أن يتولى القطاع الخاص تمليكها وإداراتها مستقبلاً ،وهي أول قناة عربية فضائية متخصصة في الأخبار والبرامج الهوائية وتبث القناة برامجها عبر عدّد من الأقمار الصناعية العربية والأوربية لتصل إلى قارات العالم آسيا وشمال أفريقيا وأوربا واستراليا وأمريكا.وقد بدأت في البث لأول مرة على مدار ست ساعات ثم تصل إلى (12) ساعة، وبعد ذلك أصبحت على مدار اليوم (24) ساعة ،حيث تقدم خدماتها الإخبارية والبرامجية والحوارية

والوثائقية.وهي تعتمد على فكرة الحرية الإعلامية ،وعناصر نجاحها تكمن في توفير تغطية واسعة وسريعة لنقل الخبر ،كما حددها المسؤولين في الجزيرة .

وتعتمد الجزيرة على التنوع في خدماتها الإعلامية من خلال إنشاء قنوات تخصصية كالقناة الرياضية، والأطفال، وقناة (الجزيرة مباشر) ، و(الجزيرة نت) ،والقيام بإنشاء مركز إعلامي للتدريب والتطوير والتلفزيوني. ومع ذلك تبقى الجزيرة ذات طبيعة إخبارية بالدرجة الأولى تحاول تغطية الأحداث والأخبار من خلال النشاطات التلفزيونية المتنوعة.وأبرز برامجها:

1- الأخبار ، حيث تقدم كل ساعة على مدار اليوم نشرات أخبارية تفصيلية وموجزة لتغطية أخبار الوطن العربي والعالم مع تحليل سياسي لأهم الأخبار من خلال استضافة قادة الرأي ورجال السياسة والإعلام ، إضافة إلى نقل الاحداث العالمية من خلال مراسليها الذين ينتشرون في ابرز العواصم العربية والعالمية. وكذلك الاعتماد على وكالات الانباء الدولية في تحرير أخبارها.وتتميز أخبارها بالمهنية العالية، والرصانة الإعلاميّة ، وتعدد الاراء الخاصة بالخبر ،إضافة إلى ميزة السرعة والسبق التليفزيونى ، والتغطيات الواسعة للأحداث البارزة ، مع اهتمامها بالخدمات الخبرية المباشرة من موقع الاحداث، مما يجعلها اكثر اقبالاً من الجمهور العربي بمختلف مستوياته التعليمية والثقافية.

والجزيرة أدخلت مفهوم (الخبر الحر) للحياة الاعلامية العربية . بمعنى لم تعد الاخبار التقليدية التى اعتاد الجمهور سماعها من محطاتهم الحكومية تجد رواجا ،وقبولا لديهم بما خلق فهماً جديداً لسيكولوجية المتلقى ، وتنوعاً كبيراً في صياغة الخبر ومضمونه وحريته.

وبشكل عام، فقد أصبح الخبر في الجزيرة، رغم تعددّ الاجتهادات والانتقادات، مثار اهتمام الجمهور ، ومصدراً مهماً لثقافة السياسي ، ومصدراً

للكثير من القنوات الفضائية العربية والدولية ولوسائل الاعلام المكتوبة والمسموعة.

2- البرامج الحوارية ، وهي تشكل مصدراً لثقافة الجمهور ، حيث تعتمد هذه البرامج على مناقشة أبرز القضايا العربية والدولية من خلال استضافة عدد من قادة الرأى ورجال العلم والاختصاص في مختلف الميادين وخاصة في المجال السياسى.

وتتميز معظم هذه البرامج بالأثارة وبتنوع الموضوعات المرتبطة بحياة المواطن سياسياً ، مما جعل هذه البرامج تستقطب جمهوراً واسعاً بسبب جرأة هذه البرامج بنقد النظام العربى، وتحريض الجمهور عليه، ومناقشة قضايا الحرية والاقليات في الوطن العربى. ومن ابرز هذه البرامج (الاتجاه المعاكس) و(أكثر من رأى) و (بلاحدود) وغيرها.

3- البرامج الاقتصادية ، تتناول أخبار المال والأعمال وتقديم التحليلات الاقتصادية حول اسعار العملات والبورصات في العالم ، إضافة إلى موضوعات اقتصادية عامة في حركة ونمو الاقتصاد في العالم ، والانشطة الاقتصادية المختلفة.

4- البرامج التعليمية والوثائقية ، حيث تقوم الجزيرة بأستيراد مثل هذه البرامج التى تتحدث في العلوم الطبيعية العلمية والتقنية وتاريخ حياة بعض المشاهير والرواد من العلماء والمبتكرين في جميع ميادين الحياة. كما تقوم أحياناً بإنتاج هذا النوع من البرامج ضمن حلقات وبرامج تلفزيونية ذات طابع وثائقى وتاريخى وتعليمى.

ويمكن تحديد أبرز الاتجاهات العامة للجزيرة من خلال بعض الأفكار :

1- استطاعت الجزيرة أن تأخذ موقعاً دولياً مهماً ومنافساً بحيث كانت مصدراً للمعلومات عن الأحداث في افغانستان والعراق ،وهذا ما شكل مشكلة بالنسبة لمحطات أمريكيّة تليفزيونية معروفة دوليّاً. إذ إنه لأول مرة تستطيع

محطة عربية أن تأخذ مكانها من رقعة الاعلام الدولى، وتكون مصدر تأثير على الرأى العام، ومصدراً اساسياً في تزويد المحطات الفضائية التلفزيونية بالمعلومات.

2- أصبحت الجزيرة مصدراً رئيساً للأخبار والمعلومات الموجهة إلى المشاهدين العرب الذين تعودوا على نمط تقليدى مقولب من الاعلام العربى الرسمى، أو الذين يريدون الحصول على معلومات تمثل وجهات نظر مختلفة في تلك التى تبثها وسائل الاعلام الغربية.

3- الجزيرة أحدثت أنقلاباً نوعياً في مفهوم الاعلام العربي بما يتعلق بديمقراطية الاعلام ، وحرية التعبير والرأى (الرأي والرأي الآخر) . كما ساهمت في تعميق الثقافة السياسية للجمهور وخاصة احترام الرأى الاخر .

4- ساهمت الجزيرة في إغناء حرفيّة الإعلام العربى ، من خلال تطور الاداء المهنى للعاملين ، وتطوير المضمون الاعلامى وخاصة بما يتعلق بالصياغة التحريرية للأخبار.

ولابد من الإشارة هنا بأن (الجزيرة) جابهت الكثير من النقد اللاذع باعتبارها قناة تليفزيونية مرتبطة بجهات دولية تخدم أغراضها ،كما أنها تحاول من خلال تقنياتها عالية المستوى ، والاداء المهنى المتميز ، بإثارة النعرات القومية والطائفية والقومية، والقيام بعمليات التحريض ضد النظام العربى ، وفتح قنوات الاتصال مع (إسرائيل) من خلال استضافتها للكثير من الرموز الإسرائيلية في نشراتها الاخبارية والبرامجية ، وتكريس مفهوم اليأس في الحياة العربية، وتشويه الرموز العربية التى ساهمت في النضال الوطنى والقومى.

3- قناة العربية **AL-Alarabiya Satellite Channel.**

بدأت بثها الرسمى يوم 2003- 2 – 20 من مدينة دبى، لتقديم،حسبما يقول اصحابها ، بديلاً متزناً للمشاهدين العرب الواقعيين تحت تأثير قناة

الجزيرة الفضائية القطرية، من مبدأ يقوم على أساس الحرية العامة المتزنة.وهذه القناة تعود إلى شركة الشرق الاوسط التى تمتلك أيضاً مركز تليفزيون الشرق الاوسط (MBC) الترفيهية و (MBC 2) و(MBC 4) إضافة إلى قنوات أخرى.

و(العربية) لها مكاتب عديدة منتشرة في العديد من مناطق العالم ، حيث يغطى مراسليها معظم الأخبار والاحداث العالمية بشكل مباشر، وهى قناة تتكون من مجموعة استثمارات سعودية وكويتية ولبنانية وقد بدأت البث في مرحلة اولى بمعدل (12) ساعة ثم أصبح (24) ساعة ، وهى قناة اخبارية بالدرجة الاولى وتبث أخبارها الرئيسية والموجزة كل ساعة على مدار اليوم.

ويؤكد أحد المسؤولين المؤسسين للعربية بأن سياستها تأخذ عدّة اتجاهات أبرزها:

1- التركيز على حرية الاعلام ، حيث لا يوجد موانع لمثل هذه الحرية شرط أن تكون المناقشات عقلانية.

2- السياسة التحريرية للعربية مستقلة، وهى بعيدة عن تأثير المموّلين.

3- ستكون العربية في مستوى المنافسة مع باقى وسائل الإعلام الأجنبية الموجهة إلى الدول العربية بعد أحداث 11 أيلول سبتمبر2001 مثل إذاعة (سوا) الامريكية والفضائية الاسرائيلية والايرانية باللغة العربية والامريكية(16)

4- يتم تداول القضايا بطريقة حيادية وموضوعيّة، ويتم أستضافة ضيوف متعارضين في الرؤى، وتنقل الأحداث الجارية للناس بشكل نزية وبدون أن يحجب جزءاً من الحقيقة عن الناس.(17)

وبشكل عام يمكن القول بأن (العربية) تميزت هى الأخرى بنشراتها الاخبارية المتطورة وبرامجها الحوارية المثيرة للجدل وتغطيتها التلفزيونية المباشرة للأحداث ، وانتاجها للبرامج الوثائقية والسياسية وخاصة قضايا العراق واحتلاله.

وتنتقد العربية ايضا من الكثير، لكونها غير حيادية في الاخبار، وتلتزم خطاً معيناً مرتبطة بالسعودية ،مع تكريسها لمفهوم الاثارة في الاخبار والحوادث، على حساب المضمون الجاد والموضوعى.ومع ذلك نقول بأن (العربية) ساهمت هى الأخرى مع (الجزيرة) في ترسيخ مفاهيم جديدة في أساليب الإعلام العربي وحرفيته، وأوجدت نمطاً جديداً للبرامج الحوارية والأخبارية من حيث المضمون والشكل .

الصحافة العربية والمشهد المتناقض

هناك جدول واسع بين رجال الإعلام والصحافة ، وعدد كبير من الباحثين والأكاديميين حول دور الصحافة العربية المعاصرة في تحديث المجتمعات العربية وتطورها ، وفي خلق الانماط الإيجابية في الحياة السياسة ولإجتماعية ، إضافة إلى الجدل الواسع حول تطورها من ناحية الشكل والمضمون والتقنى ، والتحديات التي تواجهها في عصر العولمة والإحتكارات الإعلامية الدولية الكبرى.

وقد لخصت ندوة علمية (18) ابرز هذه الصعوبات والمشكلات والتحديات بالنقاط التالية :

1- يمكن تقسيم المشهد الصحفي العربي إلى ثلاثة مشاهد رئيسية نسبة إلى الأوضاع السياسية المحلية وهى :

المشهد الأول : هناك الصحافة العربية الإيديولوجية التي انخرطت في الدعاية لأنظمة حكم وطنية وقومية على أثر تصاعد وتيرة الخطاب القومى السياسى ، وبروز الأنظمة السياسية ذات الأطر العقائدية . وهناك الصحافة الحزبية التي تخلت عن فن المهنة الحقيقى لصالح الخطاب السياسى، وصارت ادارة للسلطة ، وهى لا تزال كذلك في كثير من الأحيان .

المشهد الثانى : صحافة بلدان النفط ، التي أنعكست عليها إثارة الطفرة النفطية ، فتطورت نقنياً ومهنياً إلى حد ما ، وإن ظلت في أغلب دول الخليج وخارجها صوت حكومتها ، ولم تتمكن بعد من تقديم نفسها كصحافة مستقلةغير تابعة أو خاضعة ، بفارق دول تمكنت فيها صحافتها في أن تنال حظاً أوفر في الاستقلالية كما هو الحال في الكويت

المشهد الثالث : صحافة استفادة من توفير اجواء الأنفتاح الديمقراطى فتطورت مهنياً وتقنياً ، وتفاعلت مع الأحداث ومحيطها وقرائها والمستهدفين ، بطريقة جعلت منها صحافة تنبىء بالكثير في المستقبل ، وتعد بما هو أفضل مما كحال لبنان والكويت والأمارات .

2-تكاد الصحف في كل قطر عربي أن تكون نسخاً متشابهة مع استثناءات محدودة ، لان مصدر الأخبار واحد ، وهو في الغالب الأعم اجنبى ، وهناك صحف محلية في كل بلد عربي تهتم بهذا القدر أو ذاك بالأخبار العربية لكن أهتمام المتلقى وليس صانع الخبر أو المساهم فيه .

3-انشغلت الصحافة العربية بالهم السياسى ، الداخلى والخارجى ، على حساب تطور دورها وأدائها ، وعلى حساب تطور المهنة أيضاً ، مما افقدها المصداقية في الكثيرمن الأحيان وذلك من خلال الظواهر التالية :

- تحول الصحافة إلى اداة للسلطة العربية وتخليها عن دورها الصحفي المعروف بوصفها اداة تأثير على مسار الاحداث حيث كرست الخطاب الإعلامى المؤولج والمبرمج لمصلحة الحكومات أكثر مما هو لمصلحة التنمية وقضايا الناس.

- افتقادها لحرية التعبير ، وهبوط حاد في مستوى الضمانات والحمايات الأخبارية والقانونية والنقابية ، مع تحالف في التشريعات الإعلامية ، وعدم انسجامها مع عصر العولمة

- صعوبة حرية انتقال وتبادل المعلومات ، وغياب الشفافية الإجتماعية والسياسية ، ونقص واضح في حق الاتصال وديمقراطية الإعلام والمعلومات .

- ازمة حرية الصحافة العربية،وهى أزمة الديمقراطية العربية سواء كانت ديمقراطية مغيبة تماماً في بعض البلدان التي تحكم نظم استبدادية أو سلطوية قاهرة ، أو كانت ديمقراطية منقوصة ومقيدة في بلدان عربية أخرى حيث بعض الاشكال والمؤسسات الديمقراطية مثل الانتخابات الموجهة ، والصحافة الموجهة عن قرب أو بعد .

- التشريعات القانونية الصحفية في معظم الأقطار العربية تقيد حرية الصحافة بشكل أو بآخر، سواء بفرض الرقابة أو التحكم في حرية أصدار الصحف وملكيتها أو بالسيطرة الحكومية على الصحف والإعلام ، أو بتغليظ العقوبات في قضايا الرأى والنشر وصولاً لعقوبة الحبس والغرامات المالية الباهظة ، أو بأنفراد السلطة التنفيذية بحق اغلاق الصحف ومصادرتها بإجراءت إدارية دون القضاء

- تعانى معظم الصحف في الوطن العربي من ضعف في إدارة المؤسسات الصحفية،حيث نلاحظ ضعف الاداء،خاصة في الصحف الحكومية بسبب عوامل البيروقراطية والولاء على حساب المهنية.

- حدث تطور كبير في صحافة بعض البلدان على الصعيد التقنى ولكن لم يرافقة التطور المتوازى على صعيد الاداء المهنى ، والدور المجسد للوظيفة السياسية للصحافة ، حيث أخذت الصحافة العربية بأسباب التحديث فيما يتعلق بالأعداد الفنى للصفحات وطباعتها ، وكذلك في تلقي الأخبار والصور والتراسيل عبر المكاتب التابعة لها ، ولكن التطور على مستوى الفعالية السياسية والإجتماعية لا يزال محدودا للغاية.

- معظم الاعلانات في الصحف العربية اجنبية المصدر ، وهى بضائع اجنبية من المجوهرات والسكاير والمكياج وصولاً إلى الكوفيات والدشاديش

وفساتين الموضة والسيارات والاعلان في الصحف العربية هو سلطة تجارية لكنة قابل للإستعمار سياسياً بمعنى ان مصادر الإعلان تمكن أن تؤثر على الصحف إذا لم تتماشى مع مصالحها السياسية والاقتصادية .

وفي زمن العولمة ، والشركات الاحتكارية الإعلامية الكبرى في امريكا والغرب ، والتطور التكنولوجى والتقنى في الصحافة والإعلام ، والثورة المعلوماتية عبر الانترنت ، تواجة الصحافة العربية تحديات كثيرة أبرزها :

1- الصحف العربية تواجة تحديات العولمة الإعلامية وتأثيراتها حيث التحديات السياسية والمعرفية والحضارية والتكنولوجية والإنتاجية التي ستجعل من هذه الصحافة أمام إمتحان صعب للغاية ، وهى تواجة الثورة المعلوماتية وتكنولوجيا الاتصال وغزو المعلومات والإعلام ، وطوفان الأخبار وهو مأزق كبير لصحافة لاتعيش في بيئة صحية وتشريعات قانونية متطورة.

2- تحدى مسايرة الديمقراطية التي تسود العالم في زمن العولمة . فإذا كانت الحرية ضرورية من ضروريات التقدم الإنسانى ، فأن ديمقراطية الإعلام وحرية الصحافة والتعبير عن الرأى هى المقدمة الضرورية لباقى الحريات ، وخصوصاً في مجتمعاتنا التي تعانى من نظم حكم فردية واستبدادية.

3- تغيير خريطة الاستقطاب الصحفي والإعلامى لصالح مراكز إعلامية جديدة مؤثرة بدلاً من المراكز التقليدية كالقاهرة وبيروت ، مثل الكويت والامارات وقطر ولندن ، كعواصم ذات ثقل صحفي وإعلامى واضح . حيث فقدان الصحافة المستمر لابنائها الصحفيين ، أما عن طريق هجرة المهنة ، أو عن طريق الهجرة إلى الخارج (أوربا والخليج العربي).

4- تحدى الهجوم الإعلامى الأجنبى الذى يأخذ اشكالاً عديدة عبر الاحتكارات الدولية عابرة القارات ، وذلك من خلال تكريس مفهوم الإعلام الغربى الحر ، وتعديل مناهج التعليم والثقافة ، وأطلاق إذاعات وتليفزيون ، وإصدار صحف ومجلات في العواصم العربية لجذب الرأى العام . وهذا ما يجعل

وسائل الإعلام العربية على محاكاتها أو الآفلاس والأغـلاق . أو اجبارهـا عـلى القبـول سياسة الأفراد أو الأحزاب لصالح سياستها واهدافها من خلال دعمها المادى لها.

5-بروز ظاهرة الطبقات الدولية من خارج المنطقة إلى داخلها الأجر الـذى أدى أيضـاً إلى أضمحلال القوة التأثيريه لبعض الصحف الاجنبية المعروفة بترجمات عربية.

تحدى ثورة وسائل الاتصال الآخرى كالفضائيات وشبكة الانترنت ودخولها على خط المنافسة مع الصحافة المكتوبة مما أثر على حضورها القومى.

6-بروز الفضائيات الخبرية كالجزيرة والعربية والأخبارية وغيرها في استقطاب الجمهور بسبب تقاليدها الإعلامية الجديدة وتطور مضامينها وأشكالها الإعلامية وادائها المهنى وتمتعها بالحرية الإعلامية ، مقابل جمود التقاليد الصحفية في الصحافة العربية من ناحية المضمون والشكل الاداء والممارسة الديمقراطية.

7-بروز ظاهرة المؤسسات الإعلامية العربية الكبرى ذات الاصدارات المتنوعة والمدعومة من مؤسسات حكومية ومالية قادرة على الاستمرار والمنافسة ، ومسايرة التطور التقنى والطباعى ، مما أثر على الصحف العربية الفقيرة.

تشفير الإعلام العربي

برزت في السنوات الاخيرة ظاهرة تشفير القنوات الفضائية او (البث الحصري)، وهي ظاهرة تحمل اكثر من بعد، لعل اهمها تنمية الإستثمار المادي، ومواجهة الميزانية المرتفعة والتكلفة العالية كتشغيل القنوات وتأجير القمر الصناعي، بعد فشل الاعلانات في تغطية الكلفة بسبب محدوديتها، وعدم قدرتها على تنمية موارد القنوات، وهذه الظاهرة بدأت مع القنوات الفضائية الخاصة،

حيث تعتبر مصر رائدة في هذا المجال من خلال القنوات غير المصرية التي تنطلق من اقمار (نايل سات) وغيرها، وتغطي مجالات الأخبار والمنوعات والأفلام والرياضة، حيث تصل برامجها للمشترك من خلال (ديكودر) خاص يتسلمه المشترك بعد سداد قيمة الاشتراك، ولعل ابرز القنوات المشفرة هي قنوات (اي ار تي) و (الاوربت).

ويمكن تحديد اتجاهات ظاهرة تشفير القنوات الفضائية العربية بالنقاط التالية:

1- بروز ظاهرة الاحتكار للأحداث الرياضية والفنية التي اصبحت ظاهرة اعلامية عربية بارزة، ولعل احتكار مجموعة (اي ار تي) لمباريات مونديال عام 2006 لكرة القدم وبثها حصريًا، يؤكد بروز هذه الاتجاه في المنطقة لأسباب مادية، ولجذب اكبر عدد من المشاهدين بأعتباره عملا دعائياً لهذه القنوات.

2. ازدياد عدد المشتركين، وهي زيادة مرتبطة بمضامين هذه القنوات، وما تقدمها من برامج جديدة بقالب فني متميز، وجرأه في الموضوعات التي لايمكن طرحها في القنوات الحكومية، وحتى الخاصة، التي تعتمد بعضها على عرض الافلام الجديدة، او تلك التي تقترب من الاثارة والغريزيّة ،ويعاب على هذه القنوات المشفرة، برأي عدد من الباحثين، كونها ضد ديمقراطية المشاهدة، وتجعلها لشريحة وفئة من المشاهدين دون غيرهم، وهو مايثير حالة من الغبن والسخط بين جموع المشاهدين، اضافة الى ان هذه القنوات عادة ما تلجا الى الاثارة والعمل على اجتذاب المشاهدين، وهو قد يتعارض مع منظومة قيم المجتمع العربي وتقاليده .

ومن ايجابيات هذه الفضائيات المشفرة انها تتميز بنظام التحكم الذي ينتج الفرصة لأولياء الامور بوضع خطة لمنع مشاهدة الأبناء لبعض البرنامج المشفرة، اضافة الى ان ظاهرة التشفير تساعد على بث روح المنافسة بين الفضائيات بقصد انتاج الجديد والمبتكر والمتطور. ولكن معادلة

سايكولوجيةالتلقي العربي، تعطي الأولويّة لتشفير الإعلام العربي الرسمي، ضمانا للخلاص من رسائله الدعائية الحكوميّة، وعدم جدوىً وجوده بين حداثة الإعلام الخاص، ومضامينه المتنوعة، ومساحة الحرية التي يمتلكها، ومهنيته الإعلامية المتطورة والفاعلة.

والسؤال الكبير: ما السبيل للإعلام العربي لمواجهة العصر الرقمي ؟

بأختصار شديد،المواجهة الخارجيّة بالعمل الإعلامي العربي المشترك،و المواجهة الداخليّة بالتغيير الشامل للحياة العربية سياسيا وأجتماعيا وثقافيا وأقتصادياً واعلاميا،لأن السياسة الاعلامية الحقيقة لايمكن ان تنفصل عن حقيقة التطور الحضاري الاعلامي، لأن السياسة الإعلامية وجه من وجوه السياسة الحضارية الهادفة الى صيرورة عربية حضارية خلاقة، لأن (السياسة هي صناعة الحضارة) (19) ، والإعلام هو محور جوهري من محاور هذه الصناعة الكبيرة، وبعض النظر عن الاعتبارات الثقافية والروحية واللغوية والتاريخية التي تربط ابناء الامة العربية فان العمل القومي ينبغي ان ياخذ في الممارسات والسياسات الاعلامية، فشبكات الاتصال والصناعات الاعلامية والانتاج التلفزيوني والاذاعي والصحف والدوريات لابد ان تتحق فيها الجدوى الاقتصادية والاجتماعية على مستوى التاثير الفكري والثقافي وعلى مستوى ضمان السوق الاعلامي والتوزيع .

ان تنفيذ مشروع القمر الصناعي العربي (عربسات) وقيام المؤسسات الاعلامية القومية في مجال التدريب الصحفي والاذاعي، وقيام اتحاد اذاعات الدول العربية ومراكز التبادل الاخباري التلفزيوني وغيرها من الهياكل التنظيمية المتمثلة بالمنظمات والاتحادات العربية العاملة في مجال الاعلام، تؤكد ان البعد القومي حقيقة لابد منها لمجابهة التحديات الحضارية والثقافية.

فالسياسة الاعلامية العربية تحتاج الى مرتكزات قوية اهمها (20):

(1) تطوير مؤسسات الاعلام والاتصال داخل الوطن العربي، انطلاقا من مبدا الاعتماد على الذات وعدم الركون الى مايمكن ان يقدمه الاخرون كالدول الصناعية التي تقف ضد عملية تطوير هذه المؤسسات الاعلامية وقواعدها

الفنية والبشرية، بحجة ان الاعلام في العالم الثالث بوجه عام لايتمتع بالحرية وانه تحت سيطرة الحكومات.

(2) النظر الى قطاع الاعلام في النظام العربي (السياسي والاقتصادي والقانوني...الخ) كجزء حيوي وقطاع منتج شان اي قطاع اخر من القطاعات الانتاجية في المجتمع العربي ، ولابد من حشد الامكانات العربية المتوفرة امام تحديات الثورة التكنولوجية في مجال الاعلام ووسائل الاتصال المرئية والمسموعة والمكتوبة.

(3) تجاوز القضايا القطرية لكل دولة عربية لتركيز على بناء (نظام عربي اعلامي) يهتم بالنوعية القومية بخصوص وحدة الامة والوطن العربي وامنه القومي.

(4) الاعتماد على التخطيط العلمي البعيد المدى لعملها داخل الوطن العربي وخارجه وان تستفيد من جهود المنظمات والاتحادات العربية الرسمية وخاصة العاملة في مجال الاعلام والاتصال ، وان تشترك الصناديق ومؤسسات العون العربي الخارجي في دعم الاعلام الخارجي وضمان تدفق المعلومات من الوطن العربي.

ان مجابهة الدعاية الدولية تحتاج الى عمل اعلامي مشترك يقترن بالعلمية والتخطيط ، وبأيجاد نظام اعلامي جديد كفيل بتكوين رأي عام عربي موحد لدعم خطط التنمية وتطوير الشخصية الثقافية وحماية الهوية القومية من الإختراق الثقافي ومجابهة الحرب النفسية وخططها الدعائية الموجهة للعرب.

لذا فأن مواجهة التحديات يتم عن طريق خلق مثل هذا النظام الإعلامي القومي الذي يساعد على تطوير السياسات الإعلامية العربية، وتنمية وسائلها الإعلامية، ومواجهة تحديات العولمة. ولتحقيق هذا الهدف لابد من تحقيق بعض الثوابت في العمل العربي المشترك.

(1) وضع استراتيجية للسياسة العربية تجاه القضايا المصيرية وخاصة المتعلقة بالسياسة الخارجية ووحدة المواقف.

(2) وضع استراتيجية اعلامية عربية تكفل اعادة التوازن الاعلامي في المنطقة وخلق موقف اعلامي موحد في الخارج.

(3) ايجاد نظام اقتصادي عربي يساعد على خلق التوازن الاقتصادي بين الاقطار العربي. والاهم خلق صناعات اعلامية قادرة على انجاح هذا المشروع القومي.

(4) اعادة النظر في الانظمة والقوانين المتعلقة بالعملية الاعلامية والاتصالية في الاقطار العربية, وايجاد سياسات اعلامية قومية واضحة تعالج مشاكل العملية الاعلامية بشكل علمي وشمولي.

(5) اقامة مؤسسات اعلامية قومية في مجال الخبر والمعلومات والانتاج البرامجي بعيدا عن الهيمنة الاجنبية.

(6) انشاء وكالة عربية دولية للانباء هدفها ابراز الوجه الحقيقي للامة العربية والتعريف بحضارتها وقيمها وانجازاتها الثقافية والفكرية، والاسهام في ايجاد نظام اعلامي جديد يقوم على مبادىء العدل في تدفق الانباء.

فالإعلام العربي الخارجي يواجه مشاكل متعددة ، وصورة الإنسان العربي وقضايانا القومية ماتزال تصل مشوهة او مجزأة الى الرأي العام الأجنبي ، والحاجة ملحة لبذل جهود عربية ذكية وكبيرة لرفع الاساءة وتعزيز قنوات الاتصال الجماهيري السليمة،والتحديات الكبيرة التي تواجه الاعلام العربي الخارجي، هي تحديات حضارية وتكنولوجية ومعلوماتية، فضلا عن التحديات الاعلامية الصهيونية التي تمثلها مراكز الضغط والشخصيات الصهيونية المنتشرة في العالم.

ويمكن ان تتضمن الدعاية العربية في الخارج على النقاط التالية(21):

(1) ان المشكلة التي تواجهنا نحن العرب ، هي مشكلة حضارية اي مشكلة صراع حضارات بيننا وبين (اليهود) في فلسطين، ومن ورائهم حضارة الغرب التي تعد نفسها في تناقض وحقد كامن للحضارة العربية. لذلك فالمطلوب هو ان يتفاعل الإعلام العربي تفاعلا فكريا وثقافيا مع رجال الفكر في البلاد الاخرى، مع التركيز على الرسالة الانسانية وجوانب التسامح للحضارة العربية. ان التغلب على الفجوة الثقافية، فضلا عن الفجوة الرقميّة والعلمية والتكنولوجية، من شانه ان يهيء الجسور التي تصل بيننا وبين الرأي العام الاجنبي.

(2) ان اجهزة الدعاية العربية ينبغي ان تقوم بتحليل اتجاهات ومصالح الشعوب الاخرى بالاضافة الى التعرف على قضاياها الحيوية بقصد تعميق التفاهم والتبادل بين الاقطار العربية وشعوب العالم.

(3) عدم النظر الى الدعاية العربية في الخارج على انها احتكار لجهاز معين او انها واجب يؤديه مركز الإعلام. فالعملية الدعائية الناجحة يجب ان تشترك فيها قطاعات كثيرة خاصة وعامة،و يشترك فيها رجال الدين والفن والثقافة والرياضة اضافة الى الهيئات والمؤسسات المختلفة.

(4) الاهتمام بالاتصال التحضيري ، اي العمل باستمرار على تحسين العلاقات بين الاقطار العربية ودول العالم بحيث لاتصبح مهمة اجهزة الإعلام مقتصرة في وظائفها ومضامينها على الأزمات والملمّات، وانما تحاول ان تجعل الخطوط مفتوحة بين العرب والعالم لتدعيم التفاهم المستمر.

(5) ان الاجهزة الدعائية العربية ينبغي عليها التركيز على القيادات وواضعي القرارات السياسية واساتذة الجامعات والصحفيين واصحاب المصالح باستعمال اساليب متطورة في الاتصال، وبلغة حضارية انسانية.

ومن المؤكد ان الإعلام العربي ، كوسائل ومؤسسات ، حاول ان يؤسس خلال مسيرته الطويلة بعض التقاليد الإعلامية ، ويرسخ لنفسه اسساً منهجية

في التعامل مع المواطن ، ويطور تقنياته الاعلامية والاتصالية ، ولكن هذا الاتجاه بقى ضمن ثوابت تقليديّة ، ومعطيات لاتتناسب مع التطور الحضاري الإعلامي الرقمي ،والحياة السياسية المعاصرة ، فهناك توسع كمي اضطراري في استخدام وسائل الإعلام او في انتاتجها على حساب النوع والابداع، وهناك اخفاق في احداث الثورة التواصلية الحضارية الاعلاميّة العربية، وطنية وقومية ودولية.

وهناك مشكلات كبيرة يعاني منها الاعلام العربي:فقدان التخطيط والمبادرة ، عدم وجود استراتيجية واضحة ، عدم ثبات الاهداف السياسية الرئيسة للمجموعة الإعلامية العربية في نطاق مؤسسات العمل القومي، عدم ثبوتية الدور المناط بالإعلام العربي في مواجهة التحديات وتحديث المجتمع ، ضعف هذه المشكلات وغيرها .

وبروز ظواهر سلبية في الحياة الاعلاميّة العربية اثرت على الية عمل الإعلام العربي ، ومضامينه ومصداقيته بحيث افرزت الكثير من الأنماط الإعلامية التي لاتتناسب مع الوظيفة الحضارية للإعلام المعاصر. لعل ابرزها: بروز مبدا سياسة اخفاء المعلومات، تهويل الاحداث والوقائع بطريقة بدائية، انتهاج سياسة الممنوعات الاعلامية، اعتماد مبدا المسار الواحد في المنهج الاعلامي ، تقليص حرية تدفق الاخبار والمعلومات ، ضعف مصداقية المواطن العربي بأعلامه ، بروز النسق الاعلامي التقليدي الملىء بالعموميات، ونمطية الرسالة الاعلامية العربية شكلا ومضمونا، وابتعادها عن حاجات ومشكلات المواطن العربي واقترابها من السلطة.

والاهم ، كما نرى ، تحقيق المزيد من التطور في وعي الانسان العربي ، وتعميق ثقافته وممارسته للديمقراطية لكي يكون قادرا على استيعاب التطور الحضاري والثورة الاعلامية الكبيرة ، ومشاركا فعالا في تقدم العصر.

الهوامش

1- المهدي المنجزة: المواصلات والاعلام والتنمية، ندوة روما للاعلام والتنمية (بحث مطبوع)، روما 1985

2-- A. Kelloch, "The ewired city" In the communication Revolution (the canber- ra). Australian unesco Committee for communication, (1975 , P.14)

3-Herbert Marshall Meluban , the Exten- sians of Man, (New York: Name, 1969) P.23.

4- جميع الاحصائيات عن الوطن العربي ماخوذة من اليونسكو: الكتاب السنوي للأحصاء 2002

برنامج الأمم المتحدة الإنمائي : تقرير التنمية الأنسانية العربية للعام 2003،نيويورك 2003

5- المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم, نحو نظام عربي جي للاعلام والاتصال, تونس, 1985

6- ياس خضير البياتي، احتلال العقول، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي،ذ ار الحكمة للطباعة والنشر،بغداد ،ص104 1991

7- د. حسن صعب ، معاهد التواصل الاعلامي والتطور الاعلامي العربي ، مجلة المستقبل العربي ، السنة الثالثة ، العدد 12 شباط 1980 ص86

8- د. حامد ربيع ، الحرب النفسية في الوطن العربي ، دار واسط للدراسات والنشر والتوزيع ، بغداد 1989 135ص

9- نزية ابو نضال ، المواطن العربي بين استراتيجية الادب وتكنيك الاعلام ، بحث مقدم الى مؤتمر الادباء العرب الرابع عشر في الجزائر(بحث مطبوع)1984.

10- د. ياس خضير البياتي، الاعلام الدولي والعربي، دار الكتب للطباعة والنشر، بغداد1991 ،ص428

11- اصوات متعددة وعالم واحد، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر1981 ص351

12- د. ابراهيم الداقوقي، الاعلام والتنمية الحضارية في الوطن العربي ، مجلة التوثيق الاعلامي ، المجلد الخامس ، العدد(57-56)السنة الخامسة ،بغداد 1986 ص.5

13- للتفاصيل أنظر: علي محمد شمو،تكنولوجيا الفضاءوأقمار الأتصالات،مكتبة ومطبعة الأشعاع الفنيّة، الأسكندريّة2002

14 -انظر التفاصيل حول هذا الموضوع :

د. علي محمد شمو ، مصدر سبق ذكره ، د. إبراهيم غرابية ، الفضائيات العربية ، الواجب والممكن ، جزيرة نت ، بتاريخ 2005/2/30 و محمد قواص ،الفضائيات العربية ، تحول المواطن إلى مشاهد ، قناة المشرق ، بتاريخ 2005/4/30، وأياد البكري ، عام 2000 ، حرب المحطات الفضائية. دار الشروق للنشر والتوزيع ، عمان 1999.

15 - للتفاصيل أنظر: موقع الجزيرة نت ، وأياد البكري ، عام 2000 ، حرب المحطات الفضائية.مصدر سابق

16-مقابلة وكالة فرانس برس مع على الحديثى رئيس شركة الشرق الاوسط للأخبار عام 2003.(جزيرة نت)

17-صحيفة الرياض اليومية بتاريخ 11 مارس 2003

18- للتفاصيل أنظر:

- مركز الخليج ، الصحافة العربيّة في عالم متغير،بحوث ومناقشات المؤتمر السنوي لمركز الخليج للدراسات،دار الخليج للصحافة والطباعة والنشر،الشارقة 2005

19- د. حسن صعب، علم السياسة الطبعة السادسة, دار العلم للملايين، بيروت1979، ص.17

20- مشروع التقرير النهائي لجنة العربية لدراسة قضايا الاعلام والاتصال في الوطن العربي ، تونس 1985 ص88- 89.

21- د. توفيق عبد الـلـه يعقوب, تدفق البرامج التلفزيونية الاجنبية وهوية المحطة ، المجلة التونسية لعلوم الاتصال ، العدد (17) حزيران 1988 ص57.

الباب الثالث

تخصيب اليورانيوم.....تخصيب الإعلام
العراق نموذجاً

الفصل الأول
الإعلام الأمريكي وبيئة النفوذ والحروب

الفصل الأول
الإعلام الأمريكي وبيئة النفوذ والحروب

منذ الحرب العالمية الثانية ، بدأت بعض القوى والنخب في الولايات المتحدة الامريكية تعمل على تكريس مصادرها الهائلة للسيطرة على وسائل الاعلام بقصد التحكم في الرأى العام الامريكى والعالمى لتحقيق اهدافها السياسية والاقتصادية،ومن أبرزهذه الجهات، الشركات الكبرى المتعددة الجنسيات، ومجلس العلاقات الخارجية في الكونجرس الامريكى ،أضافة إلى وكالة الاستخبارات المركزية الامريكية .

و مما زاد من نفوذ الولايات المتحدة في الجانب الإعلامي ،كونها أكبر دولة في العالم اقتصاديًا وسياسيًا ، وهي الأولى في الأتصالات وكذلك في الكمبيوتر، ولا يوجد منافس حقيقي لها في الساحة الدولية،وهذه الحقيقة تعطي تصورًا واضحًا للمستقبل الإعلامي العالمي ،ومما زاد من نفوذها ،تداخل الإعلام مع التقنية في الكمبيوتر والاتصالات،وتمنحها الأمتياز في استمرار الهيمنة الإعلامية بقوة ووضوح ؛ خصوصًا إذا انتبهنا إلى الأسلوب المستخدم في الإعلام (المرئي على وجه الخصوص)، والذي يعتمد على الإيحاء والخيال الواسع والصورة والحركة لإيصال الرسالة الإعلامية، بعيدًا عن الكلام الكثير والحشو المطوّل،فالتوسع الإعلامي (الأمريكي على وجه الخصوص) أفقي وعمودي ، وقد استفاد من التحالفات المحلية (في المناطق القوية) والسيطرة والاحتكار (في البلدان الضعيفة) . كذلك فإن النظرة للعولمة من جهة الشركات الإعلامية الغربية والأمريكية على وجه الخصوص، يزداد مع الأيام ، والقناعة به بدأت تسري حتى في المؤسسات المتوسطة والصغيرة فضلاً عن الكبيرة.

كما بدأت امريكا تهتم بالثورة الرقمية في توجهاتها السياسية وهيمنتها على العالم، فقد اعتبر بيل كلينتون منذ انتخابه عام 1992 ان الثورة الرقمية، وبخاصة موضوع طريق المعلومات السريعة، قضيّة ذات اولوّية رئيسية. وطرح آل جور نائب الرئيس الأمريكي في مؤتمر تطوير الأتصالات العالمية الذي عقد في بوينس ايريس عام 1994 تصورات عن (البنية التحتية للمعلومات الدولية) وأهميتها للولايات المتحدة الأمريكيّة، ازاء التحديات الدولية، ومساعدتها على الحفاظ على تفوقها السياسي والأقتصادي والعسكري والاستراتيجي في القرن الحادي والعشرين.(1)

ومع تفجر المعرفة والثورات المعلوماتية والاتصالية بدأت الجهات التي تملك ادوات الاعلام ووسائل انتاج المواد الاعلامية في اميركا تحتكر الإعلام ،مما فسح المجال (للتدفق والإغراق الاعلامي) باتجاه واحد، وأصبح العالم الأول معه مرسِلاً،والعالم الثالث مستقبِلاً.

ولم تلبث ان ساعدت الحروب المتلاحقة التي خاضتها اميركا، والعمليات العسكرية المختلفة، تحت الغطاء الشرعي القانوني المحلي والدولي على توظيف الإعلام لهذه الغايات، مما بدأ يحوّل، بقوة وسرعة، الإعلام(الموضوعي) إلى (الإعلام المسيس)، ثم الانتقال من حالة التسييس الى(العسكرة) كما هو الامر سائر في المجالات الاخرى، حيث تم وضع الإعلام الأمريكي في خدمة المجهود الحربي، وتحت تصرفه، فأصبح صورة مطابقة للعمليات النفسية الدعائية، وبالتالي بدأنا نعايش بروز نظرية اعلامية جديدة منذ مطلع القرن الحادي والعشرين، وتحديداً بعد انهيار الاتحاد السوفياتي، وسقوط جدار برلين في 9 تشرين الاول 1989 ،وعقب تفجيرات الحادي عشر من أيلول 2001، وهي نظرية (الدعاية السياسية المسلحة أو الحربية)، حيث ظهر ذلك جلياً ،بوضع المزيد من القوانين لتسخير الإعلام في حفظ أمن الداخل من خطر هجمات الأرهاب ،وفي ميادين القتال بالخارج في مطاردته، فأصدرت

اميركا ماعرف بعد هجمات ايلول (بقانون باتريوت)، وهو قانون الدفاع رقم واحد الذي يسمح لها بالمراقبة والملاحقة والاعتقال ومراقبة كل ما قد يشكل خطراً على الأمن بما فيه الإعلام(2)، وهو ما عكسته تصريحات المسؤولين كوزير الدفاع (رامسفيلد) الذي دعا لعدم معارضة الرئيس،وكذلك وزير الخارجية السابق (كولن باول) الذي صرح بأن اميركا في وضع تاريخي لا يجرؤ أحد معه على المساس بها! (3) ،وهذا كله ماجعل (وليام رو) يقول في الواشنطن بوست (عمدت الادارة الاميركية الى تفعيل مكتب الإعلام الدولي في البيت الأبيض، لنشر ما يتعلق بالحرب، وإلزام الإعلام برسالته الرسمية، مما انعكس على العاملين في الميدان، حيث كان انتقاء الأخبار والتعليقات تعكس آراء مطابقة لوجهة النظر الرسمية عن الحرب)(4).

ويتخذ الإعلام الأمريكي مسارين: إعلام أمريكي دولي يتبنى أطروحات المنظرين الاستراتيجيين الذين صنعوا هذه المشروعات، وتتمثَّل في إذاعة صوت أمريكا، أو الوسائل المستحدثة مثل قناة الحرة، وإذاعة سوا، وغيرها،واعلام أمريكي غير مباشر يتخذ من وسائل الإعلام المحلية في دول الشرق الأوسط أو من العاملين فيها، أدوات لتنفيذ الأهداف. وهذه أشد خطراً وأكثر تأثيراً على مجتمعات الشرق الأوسط من وسائل الإعلام الأمريكية نفسها، وأكثر فتكاً وأسرع تأثيراً، لأنها تنبع من المجتمع نفسه، وتدار برجاله العاملين في مؤسساته الإعلاميّة.مما يجعل هذا النوع من الإعلام أكثر خطورة على المجتمع أنه أمريكي الفكرة والتوجُّه، محلي الإدارة والوسيلة، بل ويستخدم ذرائع غاية في الخطورة من مثل: الحرص على مصلحة الوطن، والدفع بالمجتمع نحو الإصلاح، وتفعيل أداء مؤسسات المجتمع المدني، ونحو ذلك من الغايات النبيلة التي أسيء استخدامها لتحقيق المشروع الغربي في المنطقة.(5)

صناعة تضليل المتلقي الأمريكي

يغطي الإعلام الأمريكي قارة بأكملها، ويهدف إلى توفير المعلومة والخبر إلى أكثر من 280 مليون نسمة تقطن الولايات المتحدة،ولذلك فإن الإعلام المحلي له من القوة والتأثير على الرأي العام ما لا يتوفر لكثير من وسائل الإعلام القومية، ويختلف ذلك عن الصورة المعتادة للإعلام في العالم العربي إذ أن الصحف القومية تتمتع بغالبية القراء. أما في الولايات المتحدة فإن رجل الشارع الأمريكي لا يقرأ في الغالب صحيفة النيويورك تايمز أو الواشنطن بوست إذا لم يكن من سكان نيويورك أو واشنطن، ولكنه قد يقرأ الصحيفة الهامة في مدينته.ولعل هذا ما يفسر وجود أكثر من 1500 صحيفة يومية أمريكية.
ولتوضيح ذلك، فإن مجمل ما يطبع يومياً من الصحف الرئيسية الكبرى (وول ستريت - نيويورك تايمز - واشنطن بوست - يو إس توداي) لا يتجاوز 5 مليون نسخة، بينما يطبع يومياً من الصحف الأخرى ما يزيد عن 55 مليون نسخة. أي أن الصحف الكبرى لا تحظى بأكثر من 10% من إجمالي القراء في أي يوم. أما باقي القراء فيعتمدون على الصحف المحلية كمصدر أساس للأخبار والتحليلات والمواقف السياسية والفكرية.

ولذلك فإن الإعلام الأمريكي اليوم يقوم بنوع من الفرز الآلي للأخبار والأحداث، فما وافق منها توجهاته الفكرية العامة أصبح خبراً واعتبر حقيقة، وما خالفها أصبح دليلاً على عدم عدالة الخصم. وهكذا يمكن إيجاد آلية ظاهرها المنطق والعقل، ولكنها تخفي في طياتها أبشع أنواع التعصب والحجر على الرأي الآخر. إن عدم الحياد في الإعلام الأمريكي ليس أحادي الاتجاه، ولكنه متنوع الأشكال أيضاً، ولكن محوره الرئيس هو طابع الانحياز الفكري، فهو لا يملك التفريق بين التغطية غير المحايدة لخبر ما، وبين تغطية الخبر الذي يختلف مع وجهة نظر المحرر أو الإعلامي.(6) بمعنى إن الإعلام والصحفي الأمريكي(يبحث عن الخبر والمعلومة ليس من أجل قيمتها الثقافية أو

المعرفية، وإنما من أجل مساحة الإثارة والاهتمام التي تحدثها لدى الرأي العام، الذي يمكن أن يستثيره الخبر).(7)

وفي دراسة إحصائية أعدت عام 2005 من قبل مؤسسة جالوب المتخصصة في أبحاث الرأي العام والدراسات الإحصائية، وجد أن 44% فقط من الشعب الأمريكي يثق في وسائل الإعلام الأمريكي بوجه عام، وانخفضت النسبة بشكل حاد إلى 28% فقط فيما يتعلق بالثقة في الصحف وقنوات الأخبار التلفزيونية. وهذا يعني أن معظم الشعب الأمريكي لا يثق في مصداقية الإعلام الأمريكي رغم ادعاء هذا الإعلام بالحياد والإيجابية والتغطية المتوازنة للأحداث.

والهدف النهائي للإعلام الأمريكي اليوم ليس هو البحث عن الحقيقة، وإنما هو أفضل طريق لتوصيف الواقع والمستقبل بشكل يرضي أصحاب المصالح. لذا تنشأ علاقات صداقة تجارية بين الإعلام والسلطة، وتبادل للمصالح لا يسمح لأي من الطرفين بالاعتداء المباشر على الطرف الآخر. وتبقى مساحة مقبولة من الاختلاف، وتبادل المقاعد بين حزبي السلطة الجمهوري والديمقراطي، وهي المساحة التي اصطلح على تسميتها بالحرية الإعلامية.

ويشير أحدث تقرير أمريكي يحمل عنوان **The State of the News Media 2006** "حالة وسائل الإعلام الإخبارية 2006"(8) أن الأمريكيين لسنوات طويلة وخاصة منذ بداية الثمانينات من القرن الماضي كانوا ينظرون لوسائل الإعلام بأنها صارت أقل حرفية ،وأقل دقة وأقل عناية واهتماما بالحقائق، وإن المؤسسات الإعلامية تعمل غالبا من أجل مصالحها الخاصة الاقتصادية، وأن الصحفيين لا يدفعون إلى الأمام إلا الأجندة الخاصة بهم، رغم تكرار تأكيدهم بأنهم يدافعون عن المصلحة العامة.ويذكر التقرير أن شبكات التلفزيون المحلية عملية مربحة للغاية، خاصة أنها تعد المصدر الرئيسي لحالة الطقس والمرور وأخبار الجريمة الخاصة بالمنطقة، كما أنها تتعرض لحياة المجتمع المحلي،

وتعكس بشكل كبير اهتمامات وهموم الناس العاديين، وتحظى الفترة الصباحية بكثافة مشاهدة أكبر، وحسب التقرير فان إيرادات إعلانات الشبكات المحلية بلغت في العام الماضي 26 مليار دولار. وأن متوسط عدد ساعات الأخبار التي تبثها الشبكات المحلية يوميا لا يزيد عن 3.6 ساعة، أما الإذاعة، فقد بقيت تقليدا راسخا في الحياة الأمريكية لم يتم الاستغناء عنه مهما تطورت أو تنوعت الوسائط الإعلامية،وإن عدد المستمعين للراديو أو الإذاعة بشكلها التقليدي يصل إلى 24,7 مليونا. وعلى الرغم من توافد أو تواجد وسائل جديدة مثل X M و Siriusالراديو الساتاليت أو Podcasts إلا أن الوسيلة التقليدية (الراديو) ما زالت هي المسيطرة علي أذان الأمريكيين.

أما شبكات التليفزيون القومية، فلها حضور واضح في حياة الأمريكي، حيث إن 66 بالمائة من الشعب الأمريكي يعتبر الأخبار المصدر الأساسي لهم ، ويرون أن المؤسسات الإخبارية تبدي اهتماما أكبر بجذب المشاهدين أكثر من اهتمامها بتزويدهم بالمعلومات. عدد المشاهدين للنشرة الإخبارية المسائية علي الشبكات الثلاثة الكبرى يصل إلى 27 مليونا. ولا وجه للمقارنة علي الإطلاق بين هذا العدد الضخم من المشاهدين والعدد المحدود ممن يتابعون شبكات الكابل ـ مثل سي ان ان CNN أو فوكس نيوز.FOX .وفي المقابل نجد أن البرامج الإخبارية الصباحية تجذب نحو 14 مليونا فقط من المشاهدين.

وهناك مؤشرات لظهور (وسيلة إعلامية أخذة في النضوج)، وهي شبكات الكابل الأخبارية ، حيث إن فوكس نيوز تكسب مشاهدين أكثرمن CNN وMSNBC، وأن شبكات كابل الإخبارية تنمو ماليا وبالتالي تستثمر أموالها في جمع الأخبار وأعداد البرامج الإخبارية . إلا أن مضمون هذه الشبكات مازال موضع تساؤل، وأيضا انتقاد، لأنه غالبا ما يحوي أراء أكثر من احتوائه على أخبار ، وأن ما يقوله مراسلوها في الغالب أراء ومشاعر. وإن مشاهد شبكة(فوكس نيوز) يمضي وقتا أطول مع هذه الشبكة، خاصة في وقت الأزمات

السياسية، وأن أغلب المشاهدين لفوكس، كما هو معروف، من المحافظين والجمهوريين، وأن إيراداتها في العام2005 وصلت إلى 614 مليونا من الدولارات، في وقت بلغ فيه نصيب ال(سي ان ان) 878 مليونا، ويذكر أن عدد المكاتب الخارجية لفوكس ثلاثة مكاتب فقط في حين أن(سي سي) لها 24 مكتبا حول العالم. والأمر المثير بالنسبة للمهتمين باقتصاديات شبكات كابل الإخبارية هو نجاح هذه الشبكات في كسب أموال، وأيضا ثقة المعلنين. كما شهد عالم المجلات في السنوات الأخيرة انخفاضاً في توزيع كبريات المجلات (تايم) و(نيوزويك) و(يو اس نيوز)، وذلك لأن المجلة كوسيلة إعلام ومصدر أخبار، لم تعد تحتل إلا مركزا متأخرا في قائمة اهتمامات القارئ الأمريكي. كما أن المجلات الشهيرة تراجعت قدرتها على جذب الإعلانات إذ حدث انخفاض بنسبة تتراوح ما بين 10-12 بالمائة في مواردها الإعلانية.

وهناك الظاهرة الإعلامية الجديدة، صحافة أون لاين- الالكترونية، التي مازالت تتشكل وتتجدد وتتبدل كل يوم، كما أن الصحف الكبرى استغلت مواقعها الالكترونية لتزيد من حيويتها وتأثيرها ودورها الإعلامي وأيضا مواردها المالية، حيث أصبحت آلة اقتصادية-مالية ضخمة إذ أن موارد الصحف من مواقعها الالكترونية تنامت بنسبة 33 بالمائة سنويا. وإذا استمرت هذه النسبة كما هي سنويا فأنه من المتوقع أن تتساوى مواردها من (أون لاين) مع مواردها من النسخة المطبوعة عام 2017 .(9)

وكما كانت للخارج في أجندات الإعلام الأمريكي استراتيجياته ،فقد كانت للداخل أيضا حساباته التي سعت إلي إعادة تشكيل مخيلة المتلقي الأمريكي برموز جديدة ،أبطالها هذه المرة مغنو الروك والراب الأمريكان وممثلو سينما الإثارة الأمريكية بشقيها الأساسيين الجنس والعنف وأبطال الرياضات الأمريكية من أمثال كرة القاعدة وكرة القدم الأمريكية إضافة إلي مصممي وعارضي الأزياء،وهؤلاء جميعا عمل الإعلام الأمريكي علي تحويلهم إلي ما يشبه صورة

أنصاف الآلهة في الميثولوجيا القديمة الذين يستوجب التعامل معهم التوسل إلي كل طقوس التبجيل والتقديس التي قد تصل إلي أقصي درجات العبادة فبات مألوفا في أمريكا أن يقضي الآلاف لياليهم في العراء أمام منزل أحد هؤلاء المشاهير تطلعا لإطلالة سريعة قد يجود بها علي مريديه من إحدي شرفات منزله، كما ولدت موازاة مع هذا صناعة إعلامية هائلة تجد صورتها في إمبراطوريات كبري مشكلة من آلاف المصورين والصحافيين والمعلقين الذين يتغذون علي فضائح الحياة الخاصة لأنصاف الآلهة الذين خلقوهم بأنفسهم، لقد أضحت الحياة الخاصة للنجوم الأمريكيين هوسا شعبيا بامتياز يجد امتداده في انفلات هذه الحياة عن الطابع العادي والاعتيادي لعامة الناس، بما يجعلها أكثر بعدا عن الواقع وأقرب إلي مجريات أفلام هوليوود.(10)

ونادراً ما يزعج الإعلام الأمريكي السلطة، فرغم أن العالم يتحدث أحياناً عن حرية الإعلام الأمريكي، وجرأته في انتقاد الإدارات الأمريكية، إلا أن الحقيقة تختلف عن ذلك، فالإعلام الأمريكي ينتقد بقوة، ولكن ضمن المساحة المقبولة من الاعتراض بين أروقة السلطة، وحزبيها الديمقراطي والجمهوري. ويشرح هذه النقطة خبير الإعلام الأمريكي مايكل بارينتي قائلا: (إن التيار العام للإعلام الأمريكي الذي تتحكم فيه شركات الإعلام الكبرى نادراً ما ينحرف إلى المناطق والموضوعات التي تسبب عدم ارتياح لمن يملكون السلطة السياسية والاقتصادية، ويتضمن ذلك من يملكون وسائل الإعلام، ومن يعلنون فيها أيضاً) (11).

ويقدم نعوم تشومسكي، و ادوارد هيرمان في كتابهما (صناعة الإجماع) صورة تقريبية عن الكوابح التي تتحكم في الإعلام الأمريكي، و هذه الكوابح هي:

1-الملكيّة، فالإعلام الأمريكي ملك لحفنة قليلة من رجال الإعلام الأثرياء و الشركات العملاقة، و مهما تكن الحرية التي تنعم بها قانونيًا، فهو لا يستطيع أن يبث ما يؤثر سلبًا على مصالح مالكيه.

2-الدعاية التجارية، فهذا الإعلام يعيش إلى حد بعيد على مردود الدعاية التجارية التي يحظى بها، و ليس في وسعه إن أراد الاستمرار في جلب الإعلانات التجارية إلاّ أن يجامل أصحاب المال و الأعمال.

3-المصادر الرسمية، فأهم مصدر للأخبار هي الجهات الرسمية في البيت الأبيض و الكونغرس، و هي تجامل هذه الجهات حفاظًا على تدفق المعلومات منها بانسياب و مرونة.

4-النقد، فخوف وسائل الإعلام الأمريكية من النقد و خصوصًا نقد الجهات الرسمية و المنتقدة يجبرها على تقييد نفسها، و في تعليل مدير أخبار (CNN) إن استقالته كانت للحيولة دون تشويه صورة المحطة.

5-الايدولوجيا، و قد قصد بها المؤلفات آنذاك معاداة الشيوعية أساسًا، لكنها اليوم تصدق على معاداة الإسلام و العرب أكثر من معاداة شيء آخر، بعدما أصبح العداء حافزًا ايدولوجيًا جديدًا.

ينطلق الإعلام الأمريكي في خطابه للشعب الأمريكي من خلال وسائله المتعددة و حوارا ته من مبدأ (المنفعة و المضرة) و ليس من مبدأ (الحق و الباطل أو الخطأ و الصواب). لهذا كانت_الحوارات الإعلامية حول المسألة العراقية منذ بداية غزو العراق في آذار 2003 حوارات تنصب على أسئلة عملية و إجرائية لا تخرج عن سياق الاحتلال مثل هل بعثت أمريكا ما يكفي من القوات للسيطرة الكاملة على العراق؟ أما الأسئلة المبدئية حول شرعية الاحتلال و أخلاقياته فلا تجد لها أثرًا في الإعلام الأمريكي إلاّ قليلاً، بل أقل من القليل. (12)

والخلاصة الأكثر واقعية وموضوعية لنتائج بعض أحدث وأشمل استطلاعات لموقف الرأي العام الأمريكي تجاه السياسة الخارجية الأمريكية في الوقت الراهن، وهو الاستطلاع الذي أصدره مركز بيو لاستطلاعات الرأي بالتعاون مع مجلس العلاقات الخارجية عام2006، والاستطلاع الذي أصدرته منظمة الأجندة العامة في 2005 ونشرته مجلة فورين أفاريز العريقة،الصادرة عن مجلس العلاقات الخارجية نتائجه في عدد سبتمبر/ أكتوبر 2005، حيث كشفت عن حقيقة الإعلام الأمريكي المضلّل بين نخب صناعة القرار والرأي العام بالولايات المتحدة، وهي إن الإعلاميين والأكاديميين والعلماء بشكل خاص يمثلون جزءا من المعسكر الليبرالي بالولايات المتحدة،مقابل نخب أخرى كالجيش والقادة الدينيين والسياسيين الذين يميلون نحو التيار اليمين المحافظ بشكل أوضح، مما يعني أن قراءة موقف الإعلام الأمريكي الذي يغلب عليه التوجه الليبرالي ،لا يكفي لمعرفة موقف الرأي العام الأمريكي بشكل عام تجاه السياسية الخارجية ،أو موقف النخب الحاكمة في الولايات المتحدة،لأن الإعلام الأمريكي ليبرالي التوجه، ويصعب على المتابع المهتم أن يتخذ من الإحصاءات والأخبار السلبية التي تنشرها وسائل الإعلام الليبرالية عن سياسة الإدارة الأمريكية الخارجية بصفة يومية مؤشرا على موقف الرأي العام الأمريكي من تلك السياسات.(13)

امبراطوريات تعليب الأفكار

تأسست الكثير من الامبراطوريات الاعلامية الكبرى في امريكا ، وقد تعرضت هذه المؤسسات الاعلامية في الاونة الاخيرة لعملية أعادة تنظيم وعولمة وتمركز،بحيث عاد ملكيتها في السنوات الاخيرة إلى فئة صغيرة،وهى مؤسسة (تايم وورنر)وشركة(وولت ديزنى) ومؤسسة (فياكوم إنكورب) وشركة (نيوز كوربوريشن) ومجموعة (نيوهاوس)، وكلها مرتبطة بشكل أو بآخر بمجلس

العلاقات الخارجية ، وبموجب القوانين التى سنتها لجنة الاتصالات الفيدرالية في ادارة جورج بوش فأن الشركات الاعلامية العملاقة القليلة سيسمح لها بالاندماج ،وبالتإلى الهيمنة على المزيد من محطات التلفزة والاذاعة المحلية عبر الولايات المتحدة ،مما يجعلها اكثر قدرة على التحكم بالرأى العام داخل الولايات المتحدة وخارجها. وهذه الهيمنة على الإعلام انما هى جزء من الادوات الخفية التى تملكها النخبة من اعضاء مجلس العلاقات الخارجية في حملتهم لاقامة الامبراطورية العالمية .

ويتفق معظم الباحثين(14) بأن الذين يسيطرون على شركات الاعلام الامريكية العملاقة من منتسبى مجلس العلاقات الخارجية ، وأكثرهم من اليهود ، وهى حقيقة معروفة ، وبمعنى أخر فأن الإعلام الامريكى متمركز في أيدى فئة قليلة أكثر من أى وقت مضى في التاريخ ، وبأن الهيمنة الاعلامية محصورة في أيدى أعضاء مجلس العلاقات الخارجية ،وهو ما أدى إلى خلق صورة نمطية عن قضايا العرب ،وخاصة الصراع العربى الاسرائيلى،والعراق والنفط ،وغيرها من القضايا والاحداث، في مدارك الرأى العام الامريكى والعالمى لدرجة أن معظمهم لا يدركون حقيقة ان أفكارهم السياسية يتم تغذيتها والتلاعب بها من قبل جهات عليا وفي ظل سيطرة هذه الامبراطورية الاعلامية الكبرى على الصحف المحلية والاقليمية،ولذلك يصبح من المتعذر على اى صحيفة القبول بأي صحافي مستقل،أو الاعتماد على مكاتب الاخبار الدولية في الحصول على التقارير الصحافية، فهذه الصحف مطالبة بشراء(أخبارها)من وكالات مثل النيويورك تايمز **New York T imes** وداو جونز، وول ستريت جورنال **Dow Jones-Journal** أو شركة الواشنطن بوست**Washington post commpony** وهى وكالات انباء يسيطر عليها مجموعة المصالح نفسها. فالنيويورك تايمس مملوكة لعائلة أرثر سولزبيرغر **Arthur sulzberger**،أما رئيس التحرير جوزيف ليلفيد **Jaseph Lelyveld** فهو ابن خام يهودى،وتملك النيويورك

تايمز جريدة البوسطن غلوب Boston Globe و (33) جريدة اقليمية أخرى،وعدداً من محطات التلفزيون والاذاعة.وتزود وكالة أنباء نيويورك تايمز تقارير وتحليلات أخبارية وتغطيات صحفية لأكثر من 500 صحف في عموم الولايات المتحدة ويدير جريدة الواشنطن بوست،وهى اقوى الصحف نفوذاً في واشنطن والعالم ،وهي لأحفاد رجل المصارف يوجين مايير Eugen Meyer،حيث يملك الواشنطن بوست ومحطات تلفزيون و11 مطبوعة ومجلة النيوزويك، ومحطة كيبل.

ويُعدّ روبرت مردوخ عملاق الاعلام الاسترإلى، وهو يهودى، من أبرز الشخصيات الإعلامية التى تسيطر على الاعلام الدولى،حيث يملك رابع أكبر مجموعة أعلامية أمريكية هى نيوزكوربوريشن News corporation ، كما يملك شبكة فوكس التلفزيونية(Fox Tv) التى يسيطر على برامجها المحافظين الجدد، الذين لهم ارتباطات قوية وفاعلة مع (إسرائيل). وتتبع امبراطورية مردوخ الاعلامية جريدة النيويورك بوست New York Post وعدد أخر من الصحف مثل ويكلى ستاندارد Weekly Standard الاسبوعية،التى تعد الناطقة بأسم المحافظين الجدد، ورئيس تحريرها وليام كريستول William Kristol.

ويكفي لمعرفة حجم التركز الذي تعانيه صناعة الإعلام أن هناك على سبيل المثال تسع شركات إعلامية متحكمة في الإعلام الأمريكي مهمتها تشكيل الرأي و الذوق العالميين. وهذه الشركات التسعة التي تبلغ أرباحها السنوية مابين ثمانية إلى ثلاثين مليار دولار هي: ديزني (أي بي سي)، و أمريكا أون لاين-تايمز ورنير (سي إن إن)،و روبرت مردوك (فوكس تي في)، وفاياكوم (سي بي إس)، وجنرال الكتريك (إن بي سي) ، وسوني (سابقاً سي بي ‘س ريكوردس وكولومبيا بيكشر)، وسيغرام (ينيفيرسال فلم وتلفيشن استديو)، وآي تي آند تي (كايبل وميديا ون سابقاً) ، و بيتلسمان(شركة ألمانية تسيطر على

واحد بالمائة من مطبوعات كتب البالغين في العالم). ويشير باكديكيان في كتابه (احتكار الإعلام) الذي أثار ضجة كبيرة في الرأي العام الأمريكي ،عندما استطاع أن يحصي حوالي 1700 صحيفة يومية، و11000 مجلة، و9000 راديو و1100 محطة تلفزيونية، و2500 دار نشر، و7 استديوهات سينمائية، وقال: لو أن كل مؤسسة من التي ذكرت كانت ملكاً لشخص واحد لكان لدينا 25000 صوت إعلامي مختلف عن الآخر، لكن للأسف هناك فقط 50 شركة هي التي تتحكم في كل الإعلام الأمريكي.

وبشكل عام فأن الشركات الإعلامية العملاقة القليلة التي تحتكر الإعلام تعبر عن رغبات أثرياء العالم، وهي على صلة وثيقة بكبرى الشركات المالية والصناعية، بحيث تضمن لها غطاءاً إعلامياً ،وتساعدهم على تذكية روح الإستهلاك ، وتغيير أنماط الإستهلاك في العالم ،فعلى سبيل المثال صحيفة النيويورك تايمز The New York Times على صلة اقتصادية وثيقة بالشركات التالية : Merck, Morgan Guaranty Trust, Bristol Myeres, Charte Oil, Johns Manville, American Express, Bethlehm Steel, IBM, Scott paper, Sun Oil, and First Boston Corporation وكذلك مؤسسة التايمز Time, Inc تتشابك مع الكثير من الشركات من مثل: Mobil Oil, AT&T, American Express, Firestone Tire & Rubber Company, Mellon National Corporation, Atlantic Richfield, Xerox, General Dynamics.

ويكفي لمعرفة الحجم الهائل للاندماج الأخير أن نعلم أن AOL لديها أكثر من 20 مليون مشترك، و19 خدمة على الانترنت، ولديها 12 ألف موظف، بينما تملك شركة Times Warner 27 شركة نشر كتب، و 37 محطة تلفزيونية أرضية Cable، و15 مؤسسة إنتاج وتوزيع تلفزيوني، و49

مجلة، و23 شركة ترفيهية ،و59 شركة موسيقية، و 5شركات على الانترنت للطبع والتوزيع، و3 شركات لشراء السلع وبيعها، ويعمل لديها 70 ألف موظف. الأحجام العملاقة للمؤسسات الإعلامية لاتدع مجالاً للشك أن حرية الكلمة باتت مهددة بسبب ضيق مساحات الحرية التي يسيطر عليها قلة من أثرياء العالم، فلو أرادت شركة ال CBS أن تسوق فكرة، فإنها يمكن أن توظف محطاتها التلفزيونية ال15 في 15 ولاية، وشركاتها الستة عل الكايبل، و شركاتها السبعة الموجودة على الانترنت، وتوظف كذلك محطاتها الإذاعية ال147 في 34 ولاية و3 شركات للانتاج السينمائي، وكذلك الحال بالنسبة لبقية الشركات العملاقة التي ينقص عددها مع الزمن بسبب الاندماجات المتزايدة.(15)

وقد أدت سيطرة قوى الضغط وأصحاب المصالح السياسية على وسائل الإعلام الأمريكي إلى ما يسمى (بالتباين الزائف)، ويعني ذلك وجود تبايناً في المواقف الإعلامية لوسائل الإعلام الأمريكية فيما يتعلق بالقضايا التي تهم مصالح فئة معينة في بعض الأحيان، وهو ما يظهر وكأنه حياد وموضوعية في التغطية الإعلامية. لكن المتمعن في هذا التباين يجد أنه في النهاية يقدم ما يخدم هذه الفئة، وإن ظهر أن هناك اختلافاً في الرؤى والمواقف.ويمارس اللوبي الموالي لاسرائيل هذه الخدعة بطريقة متكررة ومؤثرة أيضاً، فعند تغطية أخبار الشرق الأوسط في الإعلام الأمريكي يلاحظ أن بعض المحللين يتبنون الموقف الإسرائيلي بحرفية تامة، وفي المقابل يقدم البعض الآخر انتقادات هادئة للموقف الإسرائيلي من وجهة نظر متعاطفة، ويظهر طرف ثالث بصورة محايدة ودون اتخاذ موقف واضح. ولكن لا يوجد ضمن هذا التباين من يتبنى الموقف العربي أو الإسلامي في أي من هذه القضايا، ولذلك

فإن المواطن الأمريكي يشعر بإحساس زائف بتباين المواقف، ولكنها في النهاية بمجموعها تصب في صالح التيار الصهيوني.(16)

لايجد المرء صعوبة، وهو يتابع بدقة طبيعة تركيبة الاجهزة الاعلامية ومؤسساتها في اوربا الغربية وامريكا الا بالخروج باستنتاج جوهري، وهو ان اللوبي الصهيوني يمتلك القرار الاول في ادارة النشاط السياسي والإعلامي والدعائي لهذه المؤسسات ويمتلك القدرة على صناعة (النموذج) الصهيوني في فن (التغلغل) و (الانتشار) السريع داخل ابنية المؤسسات الاعلامية الامريكية والغربية بطريقة مدهشة.وهويمارس نشاطات متعددة، ويختفي تحت اغطية ليمارس دوره الخبيث، وليشعل (حرائق) الاعلام بالتضليل والتزييف والتشويه، رافعا شعار (الحياة لاسرائيل فقط والموت للبشرية).

ان (ايباك) الاسم المختصر للجنة الاسرائيلية الامريكية للشؤون العامة التي تاسست عام 1959 والتي تتخذ مقرا قرب مبنى الكونغرس الامريكي تمارس دورا كبيرا في القرار الامريكي الخارجي، وتعبئة الراي العام الامريكي المؤيد (لاسرائيل)، وتقوية الشعور المعادي للعرب وتشويه صورتهم، وذلك بسبب تغلغلها داخل الادارة الامريكية وفي وسائل الاعلام.

واكثر من ذلك، فان هذه المنظمة الصهيونية كان لها الفضل الاول في فوز الكثير من رؤساء الولايات المتحدة الامريكية في الانتخابات الرئاسية. ويكفي مثلا ان انتخابات الرئيس نكسون لعام (1972) قد تم التبرع لها بعشرين مليون دولار من قبل (153) شخصا يهوديا من اصحاب الاحتكارات الاقتصادية الكبرى. وكان طبيعيا ان يكون وراء هذا العمل ثمنا تقدمه الادارة الامريكية (لاسرائيل)، مثل تعيين الكثير من اليهود في حكومة رؤساء الولايات المتحدة الامريكية اضافة الى تعيينهم في قيادة المؤسسات السياسية والاقتصادية والاعلامية. كما تقدم الادارة الامريكية الى (اسرائيل) مساعدات مالية كبيرة بما فيها القروض والهبات.

وتضم هذه المنظمة مايزيد على خمسين ألف شخصيّة أمريكية معروفة بتأييدها ل(أسرائيل) وهي ذات ثقل سياسي وإعلامي كبير، ومن الشخصيات القيادية اليهودية في (إيباك) كل من جورج تينت، صموئيل بيرجر، إيزنشتاين، ووليم كوهن، ودينس روس، وريتشارد بيرل، وبول وولفويتز، ودوجلاس فييت، وهنري كيسنجر. ويضم اللوبي اليهودي مجموعة من الشركات والمؤسسات المالية والإعلامية والعقارية والصناعية التي يمتلكها أو يديرها عليها يهود، ومن اشهر وأكبر الشركات المالية اليهودية في العالم هي شركة(داوتونز) التي تشكل المؤشر الأقتصادي للولايات المتحدة. وهناك شركات يهودية ناشطة ومؤثرة كمطاعم مكدونالز وبيرجر كنج وكوكاكولا وكيا وفولفو لإنتاج السيارات وجنرال ديناميك لإنتاج الدبابات ولوكهيد مارتن لإنتاج الطائرات الحربية وبوينج لإنتاج طائرات الركاب وشركة كوداك لإنتاج الأفلام وسلسلة فنادق هوتيل ريفيني الموجودة في العواصم العربية،وهناك ثماني شركات يهودية تنتج الكومبيوتر وقطع الغيار .

وبشكل عام يمكن القول ان اللوبي الصهيوني يحتل موقعا متقدما في المجتمع الامريكي من ناحية النفوذ السياسي والاعلامي والاقتصادي، وله تاثير واضح في مجمل القرارات الداخلية والخارج

وتشير المعلومات التاريخية الى ان (تاريخ اليهود في الولايات المتحدة الامريكية يرجع الى عام 1492)(17). وان الهجرة اليهودية المنتظمة بدات بعد عام 1900، حيث سجلت تصاعدا في عدد اليهود من مختلف انحاء العالم وصل الى اكثر من ثلاثة ملايين يهودي، وليرتفع العدد حسب اخر الاحصائيات الى ستة ملايين نسمة ويشكلون مايقارب (3%) من مجموع سكان الولايات المتحدة الامريكية(18). وهكذا كان اليهود في المجتمع الامريكي، الذي يوصف بانه مجتمع الاقليات، الاقلية التالية مباشرة للمجتمع الكاثوليكي من حيث الحجم. وقد امتازت بخصائص معينة اهمها:

(1) اهتمامها بالتنظيم وعدم التشتت حيث استطاعوا تنظيم انفسهم بمنظمات مختلفة النشاطات والاهداف، وترتبط بلجنة رؤساء المنظمات اليهودية التي تشكلت عام 1906 لغرض اساسي هو توجيه النشاطات والفعاليات والضغوط.

(2) تمتاز بالعزلة الاجتماعية ولكنها استطاعت التعايش والاندماج في المجتمع الامريكي دون ان تكون هناك حالة انصهار بالاقليات الاخرى.

(3) قدره اليهود على التلاحم داخل المجموعة بسبب التحديات التي تواجههم ولعل (تركيز الجهود باتجاه تاسيس ((الدولة اليهودية)) والمحافظة على كيانها السياسي والاقتصادي)(19) هو الذي خلق عامل الادراك لديهم ودفعهم الى هذا الانصهار.

(4) عدم الانحياز لحزب ضد اخر وذلك لكسب الجميع وايجاد منافذ لهم للعمل المستقل بعيدا عن التكتلات الحزبية. فالحركة الصهيونية في الولايات المتحدة الامريكية (ليست مرتبطة باي حزب اخر سياسي)(20) ونظريتها خلق العلاقات المتينة مع جميع الاحزاب والحصول على ودها.

(5) القدرة على الحصول الى مراكز القرار لاسباب عديدة تتعلق بنفوذهم الاقتصادي اولا وتغلغلهم داخل المجتمع الامريكي لقيادة المؤسسات الاعلامية والاقتصادية ثانيا، اضافة الى قدرتهم على ربط الصهيونية باليهودية.

وهكذا استطاعت الحركة الصهيونية ان تشكل جماعة ضغط سياسي، وان تمارس دورا قياديا في المجتمع الامريكي ولعل اولى ثمار الدعاية التي قام بها مجلس الطوارى الصهيوني الامريكي هو (تقديم 62شيخا و161 نائبا بينهم زعيما الاغلبية والاقلية و16 عضوا في لجنة الشؤون الخارجية عريضة فيها تواقيع جميع هؤلاء يعلنون ان وعد بلفور (دستور للشعب اليهودي). (21)

ولعل اللجنة الاسرائيلية الامريكية (ايباك) التي تقوم بمهمة الدعاية لدعم الكيان الصهيوني باسم الطائفة اليهودية الامريكية هي المجموعة (اللوبي) التي

استطاعت التاثير في اجراءات القرار التشريعي الذي يتخذ عادة في الكونغرس وذلك طبقا لقانون 1946 الصادر في الولايات المتحدة الامريكية. لذلك يقول مؤسس هذه اللجنة (كان لنا دائما هناك في واشنطن حليفا قويا هو الكونغرس، والى كونغرس الولايات المتحدة الامريكية سلمنا قضيتنا، والى الكونغرس نحن مدينون بقدر كبير من الامتنان. بينما يضغط العرب على منظمة الامم المتحدة، فنحن نعمل مع الكونغرس الامريكي)(22). وقد ساعدت الية النظام السياسي الامريكي وقوانينه على تغلغل اللوبي الصهيوني في الكثير من المؤسسات السياسية واستثمارها لاستصدار ماهو مناسب لصالح (اسرائيل). وكان لأهمية ودور مجموعات الضغط في التاثير على الكونغرس سببا في استخدام بعض رؤساء البيت الابيض (مكاتب ارتباط العربي) مع الكونغرس في محاولة لتعزيز امكانية الحكومة التاثير على القرارات التشريعية)(23).

وعلى الرغم من ذلك (نستطيع بثقة واستنادا الى المصادر التاريخية ان نحدد عام 1943 على ان يمثل البداية الحقيقية التي انطلقت عملية التعامل النفسي في المجتمع الامريكي بتاهيل واضح للتفرقة بين الدعاية والدعوة وفي محاولة ثابتة لخلق موجات ضخمة من الراي العام الامريكي المحلي للمساندة الحركية في سبيل تاكيد الشرعية الصهيونية من جانب وتحويل تلك الشرعية الى حقيقة نظامية)(24).

وهكذا تحددت منذ تلك اللحظة اهداف العمل الدعائي الصهيوني التي تمثلت بالنقاط الاتية:

(1) كسب الراي العام المحلي الامريكي بحيث يصير قوة مساندة للحركة الصهيونية في النطاق الدولي.

(2) القضاء على اي فرقة داخلية من حيث التعبيرات الدعاية. ان خلافات الاسرة لايجوز ان تخرج عن نطاق منزل العائلة امام المجتمع الخارجي، ويجب ان تظهر الخلية الاجتماعية قوة واحدة متماسكة لاتنفصم.

(3) الحركة الدعائية التياضحت مركزية، ومركزة ومتناسقة، فمن الطبيعي ان يسهل عليها ان تصير استفزازية عدوانية مهاجمة ولا تكتفي باتخاذ موقف الدفاع عن القضية.

(4) خلق درجة معينة من درجات التضامن بين المجتمع اليهودي الامريكي والحركة الصهيونية، اساسه لا فقط الايمان بتلك الدعوة بل والتعصب في الدفاع عن المبادى التي تتضمنها العقيدة الجديدة.(25)

وبعبارة اخرى فقد لعب اللوبي الصهيوني دورا واضحا في تقرير الكثير من القرارات التي تخدم مصلحة (اسرائيل)، وذلك عن طريق (الحصول على مؤيدين ومناصرين من رجال الكونغرس)، وعقد الصداقات مع رجال السياسة والاعلام والاقتصاد الذين لهم مواقع متقدمة في المؤسسات الامريكية المختلفة، لاستثمارهم في عملية صنع القرارات، والدعاية للحركة الصهيونية واهدافها، وتبين من (التحقيقات التي اجراها مجلس الشيوخ الامريكي ، لجنة وارن، الكثير من الحقائق عن الاساليب التي اعتمدتها الصهيونية للتسلط على مختلف اوجه حياة النشاط الامريكي، ولكن هذه التحقيقات بقيت مبتورة لقدرة الصهيونية على طمس معالم تلك الحقائق بشتى الوسائل بما لها من نفوذ كبير في دور الصحافة والاعلام ودور السينما حيث ان نصف عدد اصحاب وسائل الاعلام ومدارئها في الولايات المتحدة الامريكية هم من الصهاينة).(26)

وربما كان اكثر ادوار الحركة الصهيونية ودعايتها في الولايات المتحدة الامريكية هو دورها في انتخابات الرئاسة الامريكية التي تجري كل اربع سنوات، واكثرها تاثراً بالنشاط الصهيوني ،حيث تعمل الدعاية الصهيونية على تنظيم حملات دعائية ضخمة لكسب اصوات الملايين من الناخبين لصالح الرئيس الامريكي المقترح في اطار التنافس بين الحزبيين الرئيسيين، الحزب الديمقراطي والحزب الجمهوري.ولابد من الاشارة هنا الى ان الاموال الصهيونية، لها دورها المؤثر في هذا المجال،لأن الحملات الانتخابية، وعلى

جميع المستويات، بما فيها عضوية الكونغرس ومنصب حاكم الولاية تتطلب نفقات كبيرة. لهذا لاتخلوا اية قائمة ترشيح من التاييد الواسع للصهيونية و (اسرائيل) حيث يتبارى المتنافسون بتقديم اكبر العروض والوعود لأامن (اسرائيل).

ولنتذكر جيدا عبر قراءة التاريخ والوثائق، دور اللوبي الصهيوني في الانتخابات الامريكية وفوزهم بهدية الرئيس الامريكي المنتخب: دعم (اسرائيل) عسكريا وماديا، وتقريب العناصر اليهودية الى المؤسسات السياسية، والمؤسسات التشريعية في الكونغرس الامريكي بمجلسيه النواب والشيوخ ولنقرا بعض صفحات التاريخ للاستدلال والاثبات.

- تلقت (اسرائيل) من الادارة الامريكية في عهد نكسون اكثر من (1178) مليون دولار كمجموع مساعدات بما فيها القروض والهبات، وهذا مايفوق ماتلقته خلال سنوات الستينات لقاء دور الحركة الصهيونية الامريكية في دعم الرئيس ماليا ودعائيا.

- كان للوبي الصهيوني تاثير كبير في سياسة الرئيس الامريكية (فورد)، بما يتعلق بالسياسة الخارجية وخاصة من الصراع العربي الصهيوني. حيث اجزل العطاء لامن (اسرائيل) وذلك بتزويدها بالاسلحة المتطورة الحديثة، وهي معدات لم تحصل عليها دول الاعضاء في حلف الاطلسي، ويعتقد ان (هذه المعدات هي قنابل نيوترونية ذات قوة تدمير هائلة ونظام رصد الكتروني حديث)(27). وقد ادهش هذا القرار المفاجي الاوساط العسكرية الامريكية وحلف الاطلسي معا. والمهم إن (فورد) بعد انتخابه للرئاسة قد عين الكثير من اليهود، ابرزهم هنري كيسنجر الذي ابقاه وزيرا للخارجية اضافة الى احتفاظه بموقعه في مجلس الامن القومي، كما عيّن اليهودي (وليام سكرانتون) مندوبا للولايات المتحدة في هيئة الامم المتحدة، اضافة الى تعيينه عدد من المستشارين لشؤون السياسة والثقافة والاداب من اليهود.

- نجح اللوبي اليهودي في إقناع السياسيين الأمريكان منح(إسرائيل)140 مليار دولار منذ الحرب العالمية.

- ان مايسترعي الانتباه، ونحن نقلب صفحات تاريخ الانتخابات الامريكية، ان تظهر (اسرائيل) في تصريحات المرشحين للرئاسة وكأنها الولاية رقم (51) في الاتحاد الامريكي، فهناك تنازلات من المرشحين لاسرائيل يصل بعضها الى ضمانات تفوق مايتصور العقل الانساني. وامامنا امثلة صارخة ومؤلمة معا،فقد كان (كارتر) مثلا يقدم نفسه كمرشح ديمقراطي يحاول الحصول على الاصوات اليهودية، لذلك تضمنت لائحة حزبه الديمقراطي فقرة خطيرة باعتبار (القدس عاصمة اسرائيل) والتي تعني الشي الكثير بالنسبة ليهود العالم، كما تضمنت اللائحة ايضا تاييده باحتفاظ (اسرائيل) بسيناء ومرتفعات الجولان، وعدم الاعتراف بمنظمة التحرير الفلسطينية مالم تعترف هذه المنظمة بوجود اسرائيل. وهكذا يخيل للقارى في هذا التاييد المطلق لاسرائيل ان المرشح الديمقراطي (جيمي كارتر) الذي فاز في جولته الانتخاب عام 1977 انما (يرشح نفسه لرئاسة الكيان الصهيوني في فلسطين المحتلة).

- في عهد (ريغان) لفترتين، كانت (اسرائيل) تحصل على مكاسب كبيرة على المستوى العسكري والسياسي والدعائي، وهو القائل في فكرة رئاسته (ان اية منظمة اقليمية مؤيدة للغرب لن تكون لها اية قوة عسكرية حقيقية دون ان تشترك اسرائيل فيها بشكل او باخر).

- وفي عهد (بوش) قال امام المجلس الصهيوني الامريكي (ان سيادة اسرائيل ليست محل مساومة، ومنظمة التحرير الفلسطينية منظمة ارهابية)، كما وافق عام 1990 على قرار يجعل (القدس عاصمة اسرائيل) وعلق الحوار مع منظمة التحرير الفلسطينية، عربونا لاسرائيل في خدماتها لتعبئة يهود امريكا لانتخابيه فترة رئاسية ثانية.

وقداثارت دراسة اكاديمية(28) ضجة داخل امريكا وخارجها، بعد إن نشر الأستاذين الجامعيين جون مير شايمر من جامعة شيكاجو، وستيفن وولت من جامعة هارفارد، دراسة عن (اللوبي الاسرائيلي والسياسة الخارجية الامريكية)تؤكد بأن محور السياسة الامريكية في الشرق الأوسط كان يستند الى الدعم المطلق ل(إسرائيل) ،وان ذلك لم يكن في مصلحة امريكا على افضل وجه. وقد انتقد الاستاذان السخاء الامريكي غير العادي بالنسبة لتقديم امريكا مساعدات مالية خارجية مباشرة قيمتها 3 مليارات دولار سنويا. وتقديمها اسلحة متطورة اليها، مثل طائرات "إف 16" النفاثة.وعلاوة على ذلك فإن امريكا قامت باستخدام حق النقض (الفيتو) عشرات المرات ضد قرارات تنتقد (اسرائيل)، كما تساهلت امريكا وغضت الطرف عن سياساتها في الأراضي الفلسطينية المحتلة. وأبرز القوى المؤثرة في هذا اللوبي (منظمات الضغط)، هي لجنة الشؤون العامة الامريكية-الاسرائيلية (ايباك). وتعمل(ايباك) كوكيل فعلي لحكومة اجنبية هي (اسرائيل) ،كما يرتبط هذا اللوبي بالتيارات المسيحية القوية في امريكا، وكذلك المحافظين الجدد سواء كانوا من اليهود مثل بول وولفويتز وبرنارد لويس ووليام كريستول، وغيرهم مثل جون بولتون ووليام بنيت، وكذلك معاهد الأبحاث المعروفة مثل معهد واشنطن لسياسات الشرق الأدنى ومعهد (امريكان انتربرايزر) ومعهد هدسون. وهناك أكثر من مائة ألف عضو في المنظمة، وزاد العدد بنسبة 60 في المائة بالمقارنة مع خمسة أعوام مضت. ويوجد للمجموعة تسعة مكاتب اقليمية وكذلك عشرة مكاتب تعمل من خلال الاتصالات عن طرق القمر الصناعي، ويتوافر للمنظمة مائة موظف في مكتبها في واشنطن، وهم يمثلون جماعات محترفة من الباحثين والمحللين والمنظمين الذين يشرفون على حملات الدعاية، ويتوفر للمنظمة ميزانية ضخمة تبلغ 47 مليون دولار سنويا. ويبرز الباحث الاتهامات التي توجه الى من ينتقد تأثير هذا اللوبي وهي أساسا (معاداة السامية)، وهي عبارة عن

وسيلة تستهدف العمل على قمع أيّ نقاش حول هذا الموضوع عن طريق الترهيب.
وهكذا استطاع اللوبي الصهيوني ان يستغل قوته وانتشاره في المجتمع الامريكي لخلق تصورات ثابتة في العقل الامريكي باعتبار ان (اسرائيل) هي الدولة الديمقراطية الوحيدة في المنطقة العربية، وهي تعمل من اجل الدفاع عن مصالح العالم وسلامته ،وهي بهذه الطريقة تحصل على اكبر قدر من الدعم السياسي والعسكري والمادي، وتحصل ايضا على ضمانات دائمة في قرارات البيت الابيض الامريكي من اجل سلامة امنه القومي وتحقيق اهدافه العدوانية والتوسعية.

المتحكمون بالإعلام الأمريكي

منذ اول مؤتمر للحركة الصهيونية عام (1897) في سويسرا انتبه قادة الحركة الى الاعلام كوسيلة لنشر حركتهم العنصرية وتنفيذ هدف خلق (الدولة اليهودية) في فلسطين، وغدا البند الثالث من هذا المؤتمر ليس مجرد (نشر الروح القومية والوعي القومي بين اليهود في العالم) بل النجاح في غسل دماغ مجتمعات انسانية بكاملها، والتغلغل في داخلها تحت اغطية عديدة ،وهو السبب الذي جعلها تدرك مبكراً اهمية السيطرة على وسائل الإعلام في تنفيذ مخططاتها ولا حاجة الى القول ان اللوبي الصهيوني يتحكم اليوم بالقرار الإعلامي في امريكا واوربا الغربية، وإذا ماعرفنا ان هذا التغلغل قد سهل عملية التاثير على الكونغرس والادارة الامريكية ،فانه من جانب اخر، يؤكد قوة اللوبي وتغلغله في الصحافة والاذاعة والتلفزيون ومؤسسات الدعاية والمعلومات ووكالات الانباء وشبكات التلفزيون ودور النشر الامريكية. والملاحظ ان الحركة الصهيونية تعتمد على الصحافة بالدرجة الاولى في عملية التاثير الدعائي، وهو يعكس ماجاء في البروتوكول الثاني عشر من بروتوكولات حكماء صهيون (وستكون

لنا جرائد شتى تؤيد الطوائف المختلفة من ارستقراطية وجمهورية وثورية بل وفوضوية ايضا. وسيكون ذلك طالما ان الدساتير قائمة بالضرورة، وستكون الجرائد مثل الالة مشنو لها مئات الايدي، وكل يد ستجس الراي العام المتقلب(29). وجاء في بروتوكول اخر (ومن خلال الصحافة احرزنا نفوذا وبقينا نحن وراء الستار)(30) ويلمح البروتوكول الثاني عشر الى اهمية السيطرة على وسائل الاعلام حيث نص على القول (والقنوات التي تجد فيها التفكير الانساني ترجمانا له ستكون هذه الوسائل خالصة في ايدي حكومتنا). (31) ويمكن اعتبار منظمة (ايباك) هي المسؤولة عن الدعاية الصهيونية، والتخطيط لعمليات التغلغل في الاجهزة المهمة في الولايات المتحدة الامريكية، فهي الاخطبوط الذي يسيطر على الاعلام الامريكي حيث تقوم هذه المنظمة باقتراح المواضيع والزوايا الخاصة للصحف، ومراقبتها، وتزويدها بالعمليات والمواضيع التي تتفق ووجهة النظر الصهيونية، كذلك تعمل مع المنتخبين والكتاب، وتقوم بعقد الصداقات مع الصحفيين البارزين وتزويدهم بالمعلومات.

وقد شكلت هـذه المنظمـة منـذ الاربعينـات (مجلـس الطـوارئ) واختـارت (وازمـن) لرئاسته حيث اعلن هذا المجلس الخطـوط العامـة لعملـه في مجـال الاعـلام مؤكـدا عـدة نقاط منها:

- (يجب ان نركز اعتمادنا على قاعدة عريضة من الراي العام).
- (نذكركم بالحكمة القديمة ((لاتضع ثقتك بالامراء ولا تضعوا مستقبل حركتنا تحـت رحمة الاشخاص مهما كانت صداقتهم واهميتهم).
- (اكسبوا اصدقاء في كل مكان). (31)

ومن المؤسسات الصهيونية المتصلة باجهزة الاعلام (المجلس اليهودي الامريكي) الذي تاسس عام 1967 حيث كان يصدر عدة صحف ونشرات مهمتها الدعاية للحركة الصهيونية، ونشر المفاهيم الايجابية عن (اسرائيل). وهذا يتم ضمن ثلاثة مبادى اساسية: قاعدة الاغراق الاعلامي، وقاعدة التسلل الثقافي، وقاعدة استغلال عقدة الكراهية الذاتية.

وتشير الاحصائيات، والوثائق التاريخية الى ان الصحف الصهيونية في امريكا، قد بدأت بشكل واضح عملها في العشرينات من حيث الحجم والانتشار، وقد وصل عدد الصحف اليومية الصهيونية في امريكاعام 1944 باللغة الانكليزية الى (27) صحيفة اضافة الى مجموعة اخرى من الجرائد والمجلات التي تتغلغل داخلها المنظمات الصهيونية، والتي تصل الى اكثر من ثلاثين صحيفة او مجلة.ومع ان الاحصائيات عن وسائل الاعلام في الولايات المتحدة الامريكية(32) تشير الى ارقام كبيرة، فان من الحقائق الاساسية بان اللوبي الصهيوني يسيطر بشكل واضح على المؤسسات الاعلامية. ومن هذه الحقائق:

(1) تعد امريكا بلد وسائل الاعلام والمعلومات، ففيها الان اكثر من (8000) محطة اذاعية وتلفزيونية تجارية و (100) محطة اذاعية وتلفزيونية جامعية و (2000) جريدة يومية و (7000) مجلة اسبوعية. ويمثل هذا الوجود الاعلامي الضخم تكتسب هذه الاجهزة حضورها المستمر عند المواطن الامريكي وقوة تاثيرها علية.

(2) كان لليهود حتى عام 1965 في اوربا سبع وكالات للانباء و (114) صحيفة دورية منها (3) صحف يومية وجريدة شبه يومية، و(14) جريدة اسبوعية ومجموعة من انصاف الشهريات، وفي بريطانيا مثلا (5) وكالات انباء منها (جويش كرونيكل نيوز) و(6) صحف اسبوعية منها (الجويشن

اوبذوفر) و(الجويشن كرونيكل) و(3) نصف شهرية و(6) كل شهرين و(9) فصليات و(5) دوريات و(5) سنويات اي مجموع الصحف (45) صحيفة.

(3) تسيطر الصهيونية في امريكا على ابرز الصحف واهمها تاثيرا على الراي العام الامريكي وهي نيويورك تايمز وناشرها اليهودي (سالزبيرجر) وواشنطن بوست ورئيس تحريرها اليهودية (كاثرين جراهام)، وصحيفة وول ستريت جورنال الذي يتكون كادرها من اليهود وخاصة الرئيس التنفيذي، وصحيفة نيويورك ديلي نيوز، ومجلة التايمز وناشرها اليهودي (جون مايرس)، وصحيفة كريستين نيانس مونتور، وهي صحيفة يومية مسائية تصدر في مدينة بوسطن منذ عام 1908 عن جمعية (العلم المسيحي)، وصحيفة (بالتيمور صن) المرتبطة بالاوساط المالية اضافة الى الصحف الاخرى، مثل لوس انجلوس تايمزوسان فرنسيسكو كرونيكل، ومجلات امريكية مثل لايف، ونيوزويك، وبيرتس، وفورين افيرز.

(4) ومن الشبكات التلفزيونية المهمة التي تسيطر عليها الصهيونية في امريكا هي شبكة (ان بي سي) التي تاسست عام 1926 وهي تهيمن على (200) محطة بث تلفزيونية محلي و(229) محطة للبث الاذاعي، ويتكون معظم كادرها من اليهود. وهناك شبكة (سي بي اس) التي تعد من اقوى الشبكات التلفزيونية الامريكية ويصل نفوذها الى كندا واوربا واستراليا ونيوزلندا حيث تاسست عام 1927 حيث تسيطر على اكثر من (300) محطة للبث الاذاعي واكثر من (200) محطة تلفزيون ويديرها الرئيس التنفيذي اليهودي (توماس وايمان) اما شركة (بي بي اس) فهي شبكة للاذاعة والتلفزيون ترتبط بها (200) محطة في (43) ولاية امريكية ويراسها اليهودي (فرانك مانكي ديلس). إضافة الى أبرز الشبكات الأخبارية وهي (سي أن أن)، وشبكة (فوكس) لميردوخ اليهودي .

(5) كما يسيطر الوبي الصهيوني على ابرز الوكالات الامريكية للانباء مثل وكالة (اسوشيتدبرس) التي تعد من اكبر وكالات الانباء في العالم والتي تاسست عام 1948 ومركزها مدينة نيويورك، ولها مكاتب اخبارية في مائة بلد. اضافة الى وكالة انباء (يونايتد برس انتر ناشيونال) الوكالة الثانية في امريكا والتي تاسست عام 1958 نتيجة لاندماج وكالتي يونايتد برس وانترناشيونال نيوز سيرفس حيث تعود ملكية هذه الوكالة الى شركتي سكريبس هاوارد (75%) وهيرست (25%) ولها (260) مكتبا اخباريا في اقطار العالم).اما الوكالة الاخرى التي تسيطر عليها الصهيونية فهي وكالة (يوبتين) للاخبار المصورة تابعة لوكالة اليونايتد بريس الامريكية حيث تملك هذه الوكالة شبكة واسعة من المراسلين في العالم وتزود مئات الشركات التلفزيونية العالمية بالاخبار المصورة. (6) والملاحظ ان اللوبي الصهيوني له شبكة واسعة من العناصر الصهيونية والمؤيدة في الاذاعات الامريكية التي يبلغ (8253) محطة اذاعية اهمها الشركة الامريكية للبث الاذاعي (سي بي سي) وشبكة اذاعة كولومبيا (سي بي اس)، وشركة الاذاعة الوطنية (ان بي سي) والشبكة المشتركة للبث الاذاعي (ام بي اس). وتعد اذاعة (صوت امريكا) الأذاعة لحكومية الاساسية في مجال البث الاذاعي، حيث تشرف على نشاطها وكالة انباء الولايات المتحدة (يوسيا). وقد تاسست عام 1942، وتعد اقوى المحطات الاذاعية في امريكا لانها تمتلك مراكز عديدة لتقوية البث في مختلف انحاء العالم مثل المانيا وبريطانيا والمغرب واليونان والفلبين وليبريا وغيرها. وهذه الاذاعة التي تبلغ ميزانيتها السنوية اكثر من اربعين مليون دولار، يسيطر عليها اللوبي الصهيوني من خلال قيادته للاقسام الاذاعية، ووجود اعداد كبيرة من اليهود في مجالات الكتابة الاذاعية المختلفة، والعاملين في مجال الاخبار والتعليقات والبرامج.

وكشفت دراسة وثائقية نشرتها صحيفة الوطن السعودية بتاريخ2001/10/28،وأعدها الكاتب الأمريكي ديفيد ديوك عن سيطرة اليهود الموالين للدولة الصهيونية على أجهزة الإعلام الأمريكية ، حيث يسيطر اليهود على أغلب دور النشر والإنتاج السينمائي والمكتبات العامة لخدمة مصالحهم ، ويبلغ عدد الصحف المستقلة عن سيطرة الإمبراطوريات الإعلامية اليهودية حوالي 25% فقط من بين 1600 صحيفة تصدر في أمريكا . ويمتلك نيوهاوس لوحده حوالي 12 قناة تلفزيونية و87 محطة كيبل و24 مجلة و26 صحيفة يومية ، وهذه الإمبراطورية التي خلفها نيوهاوس لولديه صامويل ودونالد، تضم اثنتي عشرة قناة تلفزيونية، وسبعا وثمانين محطة كيبل(نظام تلفزيوني باشتراك) و24 مجلة وطنية ، و26 صحيفة يومية،وأيضاً النشرة الإلحاقية التي تصدر كل أحد ويوزع معها ما يزيد على 22 مليون نسخة ، كما إن سيطرتهم على الصحف والمجلات والقنوات التلفزيونية غير اليهودية يأتي من خلال سيطرتهم على شركات الدعاية وتوجيه الإعلان لما تتماشى مع ميولهم ، مما جعل افتتاحيات تلك الصحف تعبر وتدافع عن مصالح اليهود . وأن أكبر شركات الدعاية والإعلان في (نيو أورلنز) هي (سيرز آند روبك) ، و(إيدث ستيرن) وأن عددا كبيرا من شركات الدعاية والإعلان على المستويين المحلي والوطني مملوكة ليهود وتحت إدارة يهودية، وبذلك يستطيعون توجيه الإعلانات لأي صحيفة أو قناة إعلامية تتماشى مع ميولهم ، وغني عن الذكر أن الإعلانات هي المورد الرئيسي لأية صحيفة أو قناة إعلامية، وتحكم اليهود في توجيه هذه الإعلانات لمن يريدون ، لا يزيد من قوة تأثيرهم وتماسكهم فحسب، بل إنه يجعل الصحف والقنوات الإعلامية غير اليهودية تقع تحت رحمة شركات الإعلان اليهودية ، مما يجعل آراءهم وافتتاحياتهم تتماشى مع المصالح اليهودية وتنادي بها ،ولذلك فإن القول إن الإعلام الأمريكي حر يحتاج

إلى كثير من التوقف.

لقد اصبح اللوبي الصهيوني يتحكم بالقرار الاعلامي والسياسي، وقد بلغ من الفعالية ماجعل احدى الصحف الاسرائيلية (معاريف) تسال بافتخار (هل اصبحت الولايات المتحدة الامريكية فرعا لاسرائيل)، ذلك لان اسم (اسرائيل) وشخصياتها واخبارها واحداثها تشكل العناوين الرئيسية للصحف الامريكية كل يوم تقريبا، وكذلك شبكات التلفزيون والاذاعة ووكالات الانباء ويوضح المفكر اليهودي (اليعاوز) وهو احد الصهاينة الامريكيين البارزين احد الاسباب التي جعلت (اسرائيل) تتمتع بنفوذ اعلامي كبير داخل امريكا حيث يقول (ان النفوذ اليهودي في اوساط الصحافة الامريكية، ووسائل الاعلام، يعود الى الجهود التربوية الحثيثة التي تمت عبر سنين طويلة لجعل هولاء في موقع المسؤولية، والذين يقرون طبيعة الاتجاه الذي تسير فيه افتتاحيات الصحف، وماتبثه الاذاعات وشبكات التلفزيون) لهذا السبب ايضا اضحى الخيال الجامح الذي تستخدمه وسائل الاعلام الامريكية بقرار من اللوبي الصهيوني، في تشويه صورة العرب، حيث تجد هذا التشويه في اكثر من وسيلة اعلامية امريكية.

فالتغطيات الاعلامية الامريكية اظهرت بوضوح من خلال تحليلها للعديد من الاحداث والوقائع التي تهم المنطقة العربية، وخاصة الصراع العربي – الصهيوني، تحكم اللوبي الصهيوني في قيادة العملية الاعلامية وتشويهها المتعمد للعرب، بل ان هذا اللوبي الاعلامي لم يعد مجرد اجهزة لجمع الانباء وايصالها للقارى او المستمع، بل انه تجاوز هذه المرحلة التقليدية، واضحى احيانا مشاركا في صنع الاحداث والقرارات كما سمعنا وشاهدنا خلال زيارة انور السادات الى (اسرائيل) عندما لعب عدد من كبار الصحفيين الامرييكين

الصهاينة دور قناة الاتصال المفاوضة بين بيغن والرئيس المصري.
وهكذا يتمتع اللوبي الصهيوني بعناصر قوة تمكنه من اختراق النظام السياسي الامريكي والتاثير في عملية صنع القرارات، وذلك بانتشار اعداد كبيرة من اليهود الصهاينة في المؤسسات التي تتعامل مع المعلومات والراي العام، وكذلك على المؤسسات الاعلامية ووسائل الدعاية والتاثير في المجتمع الامريكي، اضافة الى السيطرة والتغلغل داخل مراكز البحوث والجامعات والولايات الامريكية، وعموم المجتمع ومنظماته واحزابه وخاصة الحزبيين الرئيسيين، الديمقراطي والجمهوري.

ويطلق أصحاب النظريات الأميركية علي أساليب حرب الدعاية التي انحدر إليها الإعلام الأمريكي، مايعرف باللجوء إلي (القوة الناعمة) **Soft Power**، وهي القدرة علي الحصول علي ما تريده عن طريق إقناع الآخرين باحتضان أهدافك، مقابل (القوة الصلبة) **Hard Power**، وهي اللجوء إلي استخدام أساليب الضغط الاقتصادي والقوة العسكرية لإجبار الآخرين علي الرضوخ والإذعان. وفي رأي الأدارة الحاكمة حالياً في البيت الأبيض والبنتاجون، أن الحرب ضد الإرهاب تقتضي استخدام القوتين معًا، الناعمة والصلبة، بحسب مدي قرب الطرف الآخر أو بعده، وتصنيفه كعدو أو صديق طبقًا للمقولة السائدة بأن كل شيء مباح في الحب والحرب!، وفي هذه الحالة فإن القوة الناعمة تنبثق من ثورة الإعلام والمعلومات والقدرة علي تشكيلها، ومن الثقافة والفنون في جميع صورها وألوانها، ولا حاجة بنا إلي القول بأن العالم يشهد الآن واحدة من أشرس المعارك التي تستخدم فيها (القوة الناعمة) لخدمة أهداف السياسة الأميركية، سواء فيما يتعلق بالحرب ضد الإرهاب، أو بالحرب ضد العراق، أو بالقضاء علي محور الشر.

وفي كتاب صدر أخيراً بعنوان «أسطورة حرية الصحافة» الذي كتب مقدمته الكاتب والروائي الأميركي الشهير جورفيدال، يشرح حركة الميديا الأميركية من خلال تغطيتها للأحداث التي وقعت في أعقاب 11 سبتمبر. حيث أُغرقت وسائل الإعلام، أو بالأحرى غرقت في مستنقع من الأكاذيب وأنصاف الحقائق التي وظفت في خدمة السياسة التي رسمها المسئولون في البيت الأبيض، أمة خيرة، ديمقراطية، محبة للسلام، تتعرض لهجوم مجموعة من الإرهابيين المجانين الأشرار، الذين يكرهون أميركا لما تتمتع به من حرية ورخاء، وإزاء ذلك فلا بد من أن تستخدم أميركا قدراتها العسكرية، وأن تتعقب المذنبين

وتقضي عليهم، وتهيئ نفسها لحرب تستأصل سرطان الإرهاب من جذوره وتقضي عليه. أما هؤلاء الذين لا يقفون إلي جانب أميركا في حربها العادلة في الداخل أو في الخارج فلا بد من اعتبارهم متواطئين يسري عليهم ما يسري علي مرتكبي الجريمة.(33)

ويقول جون الترمان: (بالنسبة للولايات المتحدة الأمريكية التي تلقى الدعم والتأييد الرسمي في العالم العربي، وليس على مستوى الشعوب، فإنها تقف في وضع محير بين مباركة نشأة وسائل إعلام حرة، تدعم حقوق الإنسان بشكل عام وحرية التعبير على ، لكنها من جانب آخر فان الرأي العام العربي تحول في السنوات الأخيرة إلى اتجاهات مضادة لأمريكا،وتصبح القضية الملحة لواشنطن في هذا السياق هي شغل وسائل الإعلام العربية في البحث عن فرص مستمرة لشرح المواقف الأمريكية للصحفيين العرب، وعلى أولئك المسؤولين شرح السياسات على شاشات القنوات الفضائية).(34)

ويعمل الإعلام الأمريكي وفق مجموعة من القواعد الإعلامية التي تحكمها المصالح المادية والنفعية أكثر مما يحكمها البحث عن الحقيقة،وهذا يعني إن الآلة الإعلامية تتحرك وفق مصالح متعددة ومتباينة أحيـاناً، ومـن يعملـون في تغطيـة الأخبار لا يملكون القرار النهائي في نشرها، وهنا تتدخل مصالح السلطة والشركات أيضاً لتحدد ما ينشر، وكيف ينشر، وما هي الروح العامة التي يقدم بها خبر ما. وقد لخص الكاتب الأمريكي (مايكل باريني) نقلاً عن كتاب بعنوان: (عشرون عاماً من الرقابة على الأخبار) لمؤلفه كارل جينسن .Jensen Carl. أساليب الخداع والتمويه في الإعلام الأمريكي وهي(35):

1- طمس الحقائق بالإخفاء: بمعنى إن إخفاء الحقائق أو الأخبار هو أسرع الوسائل للتخلص من الأخبار المزعجة. والكثير من الأخبار الهامة في العالم لا تصل أبداً إلى المشاهد أو القارئ الأمريكي بسبب تعمد إخفاء هذه

الحقائق. وهذه الحقيقة أصبحت معروفة بعد انتشار الفضائيات والإنترنت التي تتيح للباحث معرفة ما ينشر في العالم مقابل ما ينشر ويذاع في الولايات المتحدة الأمريكية.

وقد تعمدت الإدارة الأمريكية طوال الحرب على العراق حجب الكثير من الصور المروعة لما يحدث في العراق من قتل للمدنيين باسم الحرية. ولا يعرف المشاهد الأمريكي عدد القتلى سواء من الشعب العراقي، أو حتى من الجنود الأمريكيين. ولا شك أن معرفة حقيقة ما يحدث في العراق يمكن أن يغير من قناعات الناخب الأمريكي.

2- الهجوم على مصدر الحقيقة:ومن المعروف إعلامياً أنك إن لم تستطع أن تخفي خبراً، فيمكنك أن تهاجم من نقله، وتتهمه لإضعاف مصداقية الخبر المنقول. وتستخدم هذه الخدعة الإعلامية طوال الوقت لتشويه الحقائق وإخفائها أيضاً. فبعد أحداث سبتمبر قامت (الجزيرة) بتبني فضح الأكاذيب الأمريكية في المنطقة العربية، واستمرت هذه القناة في ذلك خلال الحرب الأمريكية على العراق. فاختارت الحكومة الأمريكية بعد قصف مقر القناة في كل من العراق وأفغانستان ،تحت ذريعة: خطأ مكرر غير مقصود ، أن تهاجمها إعلامياً بكل وسيلة ممكنة. وبدأ الإعلام الأمريكي ينشر باستمرار، وفي صدر نشراته الإخبارية رأي وزراء الدفاع والخارجية الأمريكيين في تلك القناة. كما حذرت مستشارة الأمن القومي وسائل الإعلام الأمريكية من نقل الأخبار التي تبثها هذا القناة للشعب الأمريكي.

3- الوصم بالصفات السلبية: حيث تستخدم الأوصاف السلبية التي تسبق التغطية الإعلامية وترافقها أيضاً لإقناع المشاهد باتخاذ موقف مضاد تبعاً لرغبة الإعلام؛ فالإعلام الأمريكي يصف شارون أنه «رجل السلام»، بينما يوصف عرفات أنه (ممول الإرهاب وشريك حماس) ، وتوصف أي شخصية إسلامية تُعتقل في أمريكا بأنها من (دعاة دعم الإرهاب).

إن استخدام الأوصاف بحق الأشخاص والأحداث يقنع المشاهد الذي لا يعرف خلفية الأحداث أو الأشخاص باتخاذ موقف تجاههم تبعاً للعبارات التي تصفهم وتسبق أسماءهم. ويجيد الإعلام الأمريكي استخدام هذه الحيلة باستمرار.

4- تشويه المصطلحات: ويعيد الإعلام الأمريكي تعريف المصطلحات أو تشويهها من أجل خدمة الرسالة الإعلامية التي تحتاج إليها السلطة. فالمرشحون في الانتخابات الأمريكية يجمعون على أهمية (الإصلاح)Reform في العالم العربي والإسلامي ليختفي تحت هذا المصطلح الهدف الرئيسي للسياسة الأمريكية، وهو التدخل في خصوصيات وحياة المجتمعات العربية. ويعاد تعريف مصطلح «الحرية» في العراق ليسوِّغ الاحتلال العسكري والقتل والقمع باسم الديمقراطية. ويوافق كلا المرشحين أن ما يحدث اليوم في العراق هو تحرير لها، وليس اغتصاباً لثرواتها.

5- الكذب.. وتكرار الكذب: ويستخدم تكرار الكذب في الحملة الإعلامية المنظمة والمستمرة بعد أحداث سبتمبر في الولايات المتحدة للربط بين الإسلام والإرهاب، وتبرير إحتلال العراق، لتحقيق نجاحات في التأثير على العامة.وعندما أثيرت قضية كثرة أعداد القتلى من الجنود الأمريكيين في العراق، وقف الناطق باسم البيت الأبيض (سكوت ماكميلان) ليؤكد أن تضحيات هؤلاء الجنود تُظهر ضرورة مواصلة الحرب ضد الإرهاب. وقال: (إن الطريقة الأفضل لتكريم كل الذين فقدوا حياتهم في الحرب ضد الإرهاب، هي مواصلة شن حرب مكثفة ونشر السلام في المناطق الخطرة في العالم) وبذلك يصبح احتلال العراق حرباً ضد الإرهاب.. ومقتل الجنود الأمريكيين مسوِّغاً لقتل المزيد منهم.

6- تمرير المعلومات:

يستخف الإعلام الأمريكي بالمشاهدين في كثير من الأحيان بنقل معلومات كاذبة تم تسريبها عمداً من أحد أجهزة السلطة أو أحد أحزابها دون التثبت منها. والانتخابات الأمريكية تشهد استخدام هذه الحيلة الإعلامية كثيراً من قبل وسائل الإعلام التي تتعاطف مع مرشح ما.

فعندما أعلنت الإدارة الأمريكية أن لديها ما يثبت أن العراق تعد أسلحة نووية وكيميائية، واستخدم ذلك مسوِّغاً لغزو واحتلال العراق، كان العالم أجمع يشكك في صحة ما تقوله الإدارة الأمريكية. أما الإعلام الأمريكي فقد اكتفى بنشر ما ذكرته الإدارة دون أي محاولة للتثبت من صحة تلك الأنباء، رغم الشكوك الكثيرة التي كانت تحيط بها.

7- تغيير المضمون: من خلال تشويه الحقائق وإعادة صياغتها ،وهي من الحيل التي تستخدم في الحياة السياسية والإعلامية. ويتعمد الإعلام أحياناً نشر المعلومات المعروف أنها مزيفة إذا كانت تخدم توجهات الجهة الإعلامية.

الهوامش

1- للتفاصيل أنظر: مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، ثورة المعلومات والاتصالات وتاثيرها في الدولة والمجتمع بالعالم العربي، ابوظبي 1998.

2- عاهد مشاقبة، الابعاد السياسية للتدفق الإعلامي، عمان 2002،.نقلاً عن مصطفي الدباغ ، مجلة الحرس الوطني، بتاريخ 2006./1/1

3-صحيفة الرأي 19 أيلول 2004

4- صحيفة الرأي، بتاريخ 2002/2/20

5- محمد بن سعود البشر، ايدولوجية الإعلام،موقع:

http://www.suhuf.net.sa/2006jaz/mar/12/ar3.htm

6-د. باسم خفاجي،محاذير في فهم الإعلام الأمريكي، 8أكتوبر 2005م

http://www.islammemo.cc/taqrer/one_news.asp?IDnews=539

7-ليو جيفري، مجلة أخبار الصحافة، "تغير دور الصحفي في عصر التلفاز، نقلاً من موقع:

http://www.islammemo.cc/taqrer/one_news.asp?IDnews=539

8- جميع المعلومات والأرقام مأخوذة من تقرير: حال الأعلام الأمريكي عام2006 لتوماس جورجيسيان،حالة الإعلام الأمريكي ... مستقبل الراديو والتليفزيون والأخبار الإلكترونية، نقلاً عن موقع:

http://www.mnaabr.com/vb/showthread.php?t=5759

(9)Methods of Media Manipulation", Michael Parenti, Media Alliance, Media File, Volume 17, issue 5, November 2001

10- محمد فاضل،صناعة وتسويق أنصاف الآلهة في الإعلام الأمريكي، نقلاً عن موقع:
http://marsad.watan.com/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=246&mode=thread&order=0&thold=0

11- الجزيرة نت : www.Aljazeera.net

12-محمد بن المختار الشنقيطي، عن الإعلام الحر في عالم 11 سبتمبر، بتاريخ 2005/2/23 موقع: www.Aljazeera.net

http://alaabayoumi.blogspot.com

13

14- للتفاصيل عن سيطرة الشركات الإعلامية الأميريكية الكبرى:

-: د.ياس خضير البياتي، الأتصال الدولي والعربي' مجتمع المعلومات..مجتمع الورق، دار الشروق للنشر والطباعة ، الأردن2006 .

- انطوان زحلان ، العولمة والتطور الثقافي ، العرب والعولمة 2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت 1998،

- والعربي بو شهاب ، تكنولوجيا الاعلام في العالم الثالث ، مجلة فكر ونقد ، العدد 209 ، المغرب 2000.

www.Aljazeera.net -

www.Aljazeera.net -15

16- د. باسم خفاجي مصداقية الإعلام الأمريكي،بتاريخ 1 أكتوبر 2005م، نقلاً عن:
http://www.islammemo.cc/taqrer/one_news.asp?IDnews=531

17-هنري فورد، اليهودي العالمي المشكلة الأولى التي تواجه العالم، تعريب خيري حماد، منشورات دار
الآفاق الجديدة، بيروت بدون تاريخ ص 18

18-لي أوبرين ، المنظمات اليهودية الأمريكية ونشاطاتها في دعم اسرائيل، مؤسسة الدراسات الفلسطينية، ترجمة مجموعة من الأساتذة، شركة الخدمات النشرية المستقبلة، قبرص 1986 ص 9

19-د. محمد ابراهيم فضة، الجماعات الضاغطة الصهيونية والسياسية الأمريكية، مجلة السياسة الدولية، العدد (46) ، القاهرة 1976، ص 102

20-مصطفى عبدالعزيز، الأقلية اليهودية في الولايات المتحدة الأمريكية، منشورات منظمة التحرير الفلسطينية، مركز الأبحاثن بيروت 1968م . ص 109

21-كامل أبوجابر، الولايات المتحدة الأمريكية واسرائيلن معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة 1971م ص 59

22-المعلومات مأخوذة من كتاب(جماعة الضغط اليهودية في أربع ادارات أمريكية) لانمار لطيف نصيف، شركة المنصور للطباعة المحدودة، بغداد 1989م

23-وولترجي، أوليزيك، ضع السياسة وسلطات الكونغرسن مجلة الكونغرس الأمريكية، اصدار وزارة الاعلام الأمريكية، نقلا عن(جماعة الضغط اليهودية في أربع ادارات امريكية) مصدر سابق ص 49

24-د. حامد ربيع، الدعاية الصهيونية، المنظمة العربية للتربية والثقافية والعلوم، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة 1975 ص 108

25-المصدر السابق 114

26-فاضل محمد زكي، الكونغرس الأمريكي ونكبة فلسطين، وزارة الثقافة والارشاد، السلسلة السياسية، بغداد 1964، ص 19

27-محمد وجدي بكر الدباغ، الايديولوجية الصهيونية واسرائيل، مطبعة اسعد، بغداد 1988، ص 120

28- انظر للتفاصيل عن اللوبي اليهودي في دراسة أكاديمية أميركية: ميرشايمر وستيفن وولت،

هذه حقيقة نفوذ اللوبي اليهودي في أمريكا، صحيفة الخليج الأماراتية، بتاريخ2006/7/12

28-محمد وجدي بكر الدباغ، مصدر سابق ، ص 121

29-محمد خليفة التونسي، الهطر اليهودي، بروتوكولات حكماء صهيون دار الكتاب العربي ، بيروت 1961 ص 163

30-المصدر السابق ص 14

31-المصدر السابق ص 161

32-الاحصائيات والمعلومات عن وسائل الاعلام الأمريكية مأخوذة من المصادر التالية:

-زياد أبو غنيمة، السيطرة الصهيونية على وسائل الاعلام العالميةن منشورات دار عمان، الأردن 1974 ومحمد خير ي الوادي ، دليل أجهزة

الاعلام في العالم، دار المسيرة، الطبعة الأولى ن بيروت Sratistical Year book,
-Unesco 2003

33-سلامة أحمد سلامة، اسطورة حرية الصحافة في أمريكا/ موقع:

http://www.aljazeera.net/NR/exeres/F2D078ED-DB4A-4D84-84AA-3340CB2EAE8B.htm

34- جون الترمان :إعلام جديد سياسة جديدة. ترجمة عبد الـلـه الكندي. دار الكتاب الجامعي: غزة –فلسطين2003،ص24-25

الفصل الثاني

الحرب الإعلاميّة الأولى على العراق

الدعاية الأميركية وجذورفلسفة الحروب

ان الفهم العميق للحرب الدعائية الأميركية وأساليبها، ينبغي ان تفهم بمنطق علمي يأخذ بنظر الاعتبار التأهيل الفكري لهذه الدعاية ومعرفة تقاليدها ومناهجها، ومن الخطا الافتراض إن هذه الدعاية نشأت وسط فراغ فكري وايديولوجي، وانها لم تعتمد مناهج العلم وطرقه في مخاطبة الملتقي، وهذا من شأنه أن لايجعلنا نتعمق بالأسس التي ادت الى جعل هذه الدعاية تمتلك التأثير، ومرونة الأختراق لجبهات الدول، كما انها لا تساعدنا على كيفية مواجهة هذه الدعاية وافشالها علميّاً.

ان انتشار الدعاية وشمولها للمجالات المتنوعة من الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية لإية دولة في العالم المعاصر، قد اصبح حقيقة موضوعية، وان انتشارها لايجري على حساب زيادة عدد جمهورها ونفوذها الى مجالات جديدة من الحياة الاجتماعية فحسب، وانما عن طريق جذب متنام من المعارف السايكولوجيّة والانسانية ،وعن عمليات تفاعل الجمهور السايكولوجي في المجتمع، الى عملية التاثير الدعائي، وهي تستند الى اسس نظرية وفكرية لايمكن اغفالها كحقائق موجودة ومنها:

أولاً: إن التأثير الدعائي تزداد فعالية مع تجمع المعارف عن الفئات الاجتماعية وعن قوانين نشوئها وتوظيفها وانحلالها، وعن التاثير التي تخضع لها الفئات من النواحي المختلفة، لذلك فان الطرق الإحصائية والنوعيّة المكملة بالملاحظات المنطقية الموجودة للاتجاهات الناشئة، تعطي كما تدل الممارسات البحثية، استنتاجات اكثر ثقة لإدخال التعديلات على عملية الدعاية.

ثانيا: مع إختلاف المدارس المتعددة للدعاية الأميركية من حيث اسسها النظرية (النظرية الذرائعية، واللاعقلانية...الخ) ،لكنها لم تقدم اختلافات هامة من حيث النتائج فقد اوجدت هذه المدارس أسساً منهجيّة واحدة تقوم حتى الآن بتسليح غالبية الانظمة الغربية للدعاية .

ومن أبرز هذه الأسس:

(1) تعد جميع الوسائل والأساليب الدعائية جيدة ومقبولة وصحيصة اذا ما ادت الى التنفيذ الناجح للمهمة المطلوبة.

(2) الاعتماد على الخرافات والاراء الباطلة، واستغلال الانفعالات البشرية عن طريق التوجه الى العواطف وليس الى العقول.

ثالثا: استخدام نظام التحكم الذي يشمل مجموعة من اساليب وطرق علم الدلالة لتغطية غياب الافكار والمبادى الجذابة للجماهير، واخفاء الحقيقة الموضوعية، والتحكم بالرأي العام وإتجاهاته بتقنية علم الدلالة. لذلك تستخدم التحليل المعنوي الدلالي لإنشاء مايدعى بالدعاية السوداء التي تنسب الى مصدر اخر غير مصدرها الحقيقي.

رابعا: ان المنهج الرئيس للدعاية الغربية هو التاثير النفسي عن طريق خلق انماط مقبولة وهميّة، والمتمثلة بسلاح الضغط الفكري - النفسي على الجماهير بأستعمال المعارف السايكولوجيّة لإكتشاف النفسيّة الاجتماعيّة من الظواهر والاحداث.

وهكذا يمكن للانماط المقبولة ان تستخدم في الدعاية التي يعدو فيها (الإيحاء) و (التأثير) على التركيب العاطفي الانفعالي للجمهور هدفا بحد ذاته(1).

ان هدف فلسفة الدعاية الأميركية باستعمالها (النمط المقولب الوهمي) ترتكز على مبادى اساسية منها:

(1) التاثير على الجانب العاطفي من النفس البشرية بأثارة الأنفعالات الاكثر بدائية عند الجمهور بالاعتماد على المبدا القائل (الاستغلال المصطنع للعواطف) بمساعدة الدعاية.

(2) التركيز على الثانوي في الظاهرة وجعلها رئيسيّة، وإهمال المسائل المهمة وجعلها ضعيفة الاهمية من مبدأ اساسي هو (تحويل بؤرة الاهتمام).

(3) التحكم بالوعي الانساني عن طريق صرف الجماهير عن المدخل العقلي، المنطقي، النقدي للحياة حيث تقود الدعاية السلوك الجماهيري بواسطة اللعب على النزوات والانفعالات لتحييد قدرة الجمهور على التفكير المنطقي وجعلها سلبية بعيدة عن التاثير والفعل .

ان الجمهور كمستهلك، يشغل اهتماما كبيراً في الدعاية الأميركية التي تهدف بأستمرار الى التعامل معه كقوة اجتماعية محركة للتاريخ، بل كرأي عام استهلاكي، يخدم الخطط الرأسمالية، ويسهم في دفع دولاب النظام الرأسمالي، وتعزيز الملكيات المستغلة - بكسر العين. ان ملاكي الماشية والسكر والبترول والصحف ومحطات الاذاعة هم الذين يشكلون قمة البناء الراسمالي، اي ان ملكية الإعلام تدخل ضمن ماكينة الاستغلال التجاري،وتسعى تلك الماكينة الدعائية (اي بصورتها الصحفية والإعلامية) الى تكييف رأي قسم او اقسام من المجتمع، وفقا لأهدافها المادية والسياسية، فهي اذ تعمل على تنشئة رأي عام بورجوازي يحمي مصالحها ومرتكزاتها الاستغلالية،و تعمل ايضا على توفير

شروط متجددة لتحقيق ارباح متنوعة لها، سواء في ميدان بيع صحفها او في ميدان بيع منتوجاتها وبضائعها (2)

وعلى الرغم من ان الدعاية الأميركية لها اساليبها الخاصة في مخاطبة المتلقي خارج حدودها، الا انها تشترك بصفات عامة كونها اداة للسياسة الخارجية الى جانب الدبلوماسية والعمل العسكري، وفي كثير من الاحيان تندمج المهمة الدعائية مع النشاط الدبلوماسي والعسكري. ومن الصعوبة عادة قياس تاثيرات الدعاية الدولية بسبب التغيرات التي تحدث في مواقف الدول المختلفة، واختلاف الأهداف السياسية التي تسعى كل دولة لتحقيقها عن طريق الدعاية الدولية، ولكن من الثابت ان (تتقرر الحدود الحقيقية لتاثير الدعاية الدولية بالقوة العسكرية والاقتصادية للدولة بالاضافة الى اهدافها القومية وتحالفاتها وارتباطاتها الدولية)(3)

واذا كانت الدعاية الأميركية قد استندت الى مفاهيم فكرية واصول فلسفية قائمة على ايديولوجيتها الأمبريالية، فان تعاملها مع العرب قد استند الى اكثر من محور:

* الاساس النظري للأ يديولوجية الغربية.
* الدراسات الكلاسيكية والمعاصرة للأستشراق الاكاديمي.
* البحوث الميدانية للمنطقة العربية.

فالملاحظ ان الإعلام المتوافر عن العرب لاغلبية الدول الغربية حتى بداية الاربعينات، كان اعلاماً ضيئلا متفرقا، لايشكل اتجاها جوهريا في الدعاية الغربية. وربما كانت البحوث التي اجراها عدد من الباحثين الامريكيين لبعض مناطق العرب بداية لمرحلة الحصول على المعلومات وتبويبها واستثمارها لصالح المخطط الاستراتيجي الأمريكي، حيث قدم هؤلاء الباحثون اساسا نظريا للكثير من المفاهيم الدعائيّة والاتصاليّة التي يمكن التعامل بها مع العرب سياسياً وفكرياً واعلامياً.

وينبغي الاعتراف بان الصورة العربية في الدعاية الأميركية والغربية لاتزال تتاثر بعدة ظواهر تاريخية وثقافية واقتصادية ونفسية، فما زال الغرب يعاني من عقدة (الحضارة العربية والاسلامية) ودورها في تقدم البشرية، ولايزال ينظر الى المشرق كمنطقة متتمّة ومضاد له.فالعداء للأسلام والعرب تاريخياً اتخذ اكثر من صورة على شكل مساجلات هجومية، بينما ادت الاعتبارات التجارية والسياسية بالغرب، فيما بعد، الى دراسة الأسلام والثقافة العربية لغرض اخضاعها للسيطرة.

وكان طبيعياً ان تختلق مجموعة من الاخطاء والتشويهات والصور القائمة على قوالب ذهنية ثابتة، سواء اكان الغرض تبرير الدوافع الدينية ،او وتعزيز المصالح السياسية، بحيث اختزلت جميع العلاقات المعقدة في الوطن العربي وفي كل مافي حضارته من تراث الى مجموعة جاهزة يسهل الرجوع اليها من المفاهيم والقوالب الذهنية الثابتة: ان ماهو مختلف في الثقافة العربية امسى الآن ادنى مرتبة، وبذلك يمكن توجيهه والتلاعب فيه كما يريدون.

ان المعتقدات العنصرية التي سادت الغرب في القرنين التاسع عشر والعشرين قد قررت الصورة الغربية عن العرب، فالدراسات الاكاديمية والبحوث والرحالة والمستشرقون، نظروا الى المشرق عموما على انه (بلا حياة اساساً)، وانه راكد ومختلف وبأمس الحاجة الى اعادة الحياة اليه بواسطة الغرب، وقد بنت معظم النظريات السياسية والدعائية في الغرب على التقليد الطويل للأستشراق الكلاسيكي بما فيه من اخطاء فكرية وتاريخية بحيث طبعت الدراسات الاجتماعية عن الشرق الأوسط لدوغماتية الأستشراق القديم بمعنى (الفارق المطلق والمتوافر بين الغرب العقلاني، المتطور والأنساني، والمتفوق، والشرق المنحرف، المتخلف، الدوني). وهذا ماينسجم مع النهج الانثروبولوجي الثقافي للاستشراق الجديد الذي لم يزل قائما الى حد ما، ومن الناحية العقائدية، على التقليد الأستعماري، بل ان الكثير من المستشرقين، وخاصة في الولايات

المتحدة الامريكية وبريطانيا قدموا نظريات وطروحات عنصرية تتهم العرب بصفات سلبية و(علاجهم الوحيد هو تلقي الاستنارة من الغرب المتطور)(4). كما يعتقد هؤلاء المستشرقون.

ان (غوستاف فون غرونبوم) الذي يعد اكثر المستشرقين نفوذاً في امريكا، والمتأثر بالدوغمات القديمة، قدم نظريات عنصرية لاتنسجم مع حقيقة الحضارة العربية والأنسانية، ولا مع تطور الأنسان العربي الجديد، حيث يعتقد مثلاً بأن الأمبريالية مرحلة ضرورية في تاريخ الاقطار المتخلفة كافة، كما إن الدعوى العنصرية لمستشرقي القرن التاسع عشر تجد الان تعزيزاً وتاكيداً، ولكن بأشكال مموهة جديدة،حيث لابد من السيطرة على العرب او مراقبتهم، لا لأنهم (جنس منحط او بربري)، كما يقول مستشرقوا القرن التاسع عشر، بل(للدفاع عن المصالح الغربية والديمقراطية الغربية من التهديد الخارجي وخاصة من العرب).(5)

وقد انعكست هذه الافكار على الكتب التعليمية الشعبية والكتب المدرسية وعلى وسائل الإعلام، وداخل اجهزة الدعاية الغربية حيث ارتكبت هذه الافكار اغلاطاً واقعية واغفلت حقائق جوهرية عن المجتمع العربي وانسانه، كما بينت الدلالات السياسية الكامنة وراء ذلك. وقد ساهمت وسائل الإعلام الأميركية والغربية الدعائية في نقل دائرة الاهتمام بالكتابات الاستشراقية وتوسيعها من مجرد اهتمام اكاديمي بحت، الى دائرة أكبر الاّ وهي الدائرة الشعبية، وهذا يعني تكريس الصورة السلبية للإستشراق في الوعي الشعبي الأوربي. لذا كانت الجهود مصبوبة في الغرب وفي مقدمته الولايات المتحدة بزعامتها المعاصرة على ترسيخ صورة مشوهة للطابع القومي العربي على النحو الذي يجعل الرأي العام يشعر بالكراهية والاشمئزاز. لذلك تعمل هذه القوى مع اللوبي الصهيوني على تربية وتثقيف الأنسان الأوربي والأمريكي على معاداة العرب، والتقليل من شأنهم، حيث تخضع هذه العملية الى برنامج مخطط يبدأ بتثقيف الأطفال في

الدراسة الابتدائية والثانوية حتى يصل الى الدراسات الجامعية ترافق ذلك ادوات تكميلية لترسيخ هذه الصورة، تقوم بها اجهزة دعائية مختلفة.ولعل صورة العرب في الغرب والولايات المتحدة الامريكية، قد تاثرت ايضاً باكتشاف النفط في الوطن العربي، وبالنزاع بين العرب والكيان الصهيوني.

وتشير احدى الدراسات المهمة(6) الى ان الدعاية الأميركية والغربية لم تقتصر فقط على اساءة معرفة الوطن العربي، بل إنها وبشكل اكثر تاكيداً، وربما اكثر خطراً، ابقت شرائح كبيرة من قرائها على جهلهم وتخبطهم فيما يتعلق بالتطور السياسي والأجتماعي والاقتصادي والتعليمي الذي يمر به عدد من الاقطار العربية خلال السنوات الأخيرة.

وعلى الرغم من ان اجهزة الدعاية تتطرق الى استشناءات قليلة جداً لبعض المشاريع والتطورات الا ان (المشرق) المعاصر لايزال الى حد ما، هو (مشرق) المستشرقين (الخامد والهامد والمثقل بالتقاليد)،وكان طبيعيّاً أن تعبر وسائل الإعلام الأميركيّة عن هذه الرؤية الاستشراقية العنصرية في خطابها الإعلامي وفي حملاتها الدعائية، وحروبها النفسية، ضد المنطقة العربية، وهذا مافعلته في كثير من حروبها العسكرية والإعلامية،وتجاربها في صناعة (التشويه) و(التضليل)، وأبرزها حملة الحصار والجوع والمرض، وحرب الأعصاب، أثناء حملتها ضد العراق وإحتلاله،من خلال خطة مبرمجة لتشوية العراق في المدارك الذهنية للمواطن الأميركي وإقناعه بالحرب ، وتوظيفه للصورة المقولبة التي تم تشكيلها إستشراقيّا.

وقد استغلت الدعاية الأمريكية الظروف الدولية ومتغيراتها الجديدة، في صناعة خطاب دعائي موجه ضد العراق، وتضمينه أكثر من نمط تكتيكي في تعاملها مع الأحداث، واضحي الجهاز الدعائي الأمريكي يتم بالدرجة الأولى بالتخطيط لعمليات نفسية تعتمد على مناهج علم النفس والعلوم الحديثة، وذلك من مبدأ دعائي معروف وهو (أن النفس يصعب كسبها، فهي لا تحتل كما تحتل

الأراضي)، وبعبارة أخرى فالإنسان في الدعاية الأمريكية هو المستهدف معلوماتيا ونفسياً.

والدعاية الأمريكية أصبحت في حرب إحتلال العراق عناصر مهمة للسياسة الأمريكية تستمد منها رموزها ونماذجها، فهي:

1-دعاية تكتيك مع الحدث، واستراتيجية في أهدافها العامة، تعتمد على إثارة النقاش المستمر، وتؤكد نقاطا مركزية قليلة كي ترسخ في الذهن.

2-دعاية نفسية في أساليبها ومضامينها بقصد اختراق العقل واحتلال النفس، فهي تستغل عواطف الجماهير وميولها واتجاهاتها بتكريس مبدأ تدمير الذات، وهذا يعني أن الدعاية لا تتعامل أبدا مع الفرد كفرد، ولكن تتعامل معه على أساس الأمور المشتركة بينها وبين الآخرين، أي التعامل مع دوافعه ومشاعره، أو في الأمور التي يؤمن بها.

3-دعاية الإغراق الإعلامي لخلط الأوراق، فحشد المواد الدعائية مرة واحدة يضيع الجهد ويؤدي إلى ضياع الهدف المركزي وسط سيل مكثف لرسائل إعلامية متنوعة في مضامينها ومختلفة في أهدافها. إن الإغراق بالمواد الإعلامية هدفه تضليل الرأي العام وتنمية القلق داخل الشخصية لخلق التحسس (بعدم الارتياح والتوتر والتوقع لحدوث الخطر أو الضرر على النفس من مصدر ما وبشكل ما).

4-دعاية الرعب القائمة على مبدأ نفسي، لتهويل الأحداث وتضخيمها، وبث عامل الخوف واليأس في الشخصية الإنسانية، بقصد تحقيق الارتباك والانهيار وشل القدرات الجسمية والعقلية.فالتخويف أو الرعب من أقدم أشكال الحرب النفسية، وقد استثمرتها الدعاية الأمريكية بشكل فعال نتيجة تطور العلوم الحديثة وخاصة علوم الفسلجة والتحليل النفسي.

5-دعاية الأهداف المختلفة، التي تحاول إخفاء حقائق الموقف السياسي من خلال التلاعب بالعقول وتدمير الوعي. إن تغيير الأهداف السياسية للولايات

المتحدة الأمريكية في غزوها للعراق وانعكاسها على الرسائل الدعائية الموجهة للرأي العام مثال لنمط جديد للدعاية في عصر سيطرة الدولة الواحدة على النظام السياسي الدولي.

6-دعاية التحريض المستندة إلى فعل تبريري يستند إلى مبادئ أساسية، منها التأثير على الجانب العاطفي من النفس البشرية، بإثارة الانفعالات الأكثر بدائية عند الرأي العام بقصد منعه من التفكير المنطقي الصحيح.

7-دعاية البالونات السياسية، لمعرفة ردود الفعل إزاء الأحداث وكيفية التعامل معها، وتزداد هذه البالونات في التصعيد الدبلوماسي والتلويح بالقوة العسكرية. ولعل إغراق أجهزة الدعاية الأمريكية في الحديث عن ما يسمى (ديمقراطية بعد الحرب على العراق) محاولة لمعرفة ردود فعل المنطقة العربية إزاء النظام الأمني الأمريكي الجديد.

وعلى كل حال، فالماكنة الدعائية الأمريكية في تعاملها مع حرب العراق معلوماتيا، تحركت وفق الأهداف المتناقضة للإرادة الأمريكية في تفسيرها لغزو المنطقة على الرغم من أن الأهداف السياسية تتقاطع في أهدافها المعلنة مع الأهداف السرية التي تسرب قسم منها في وسائل الإعلام الغربية والأمريكية، حيث تداخلت الأهداف الدعائية مع السياسية، وأصبح من الصعب التكهن بحقيقة مضامين الدعاية وصدقها، مثلما صعبت معرفة الأهداف السياسية من وجهة نظر شمولية.

وأعتمدت الدعاية الأمريكية على المنهج التكتيكي في التعامل مع الأحداث ومتغيراتها، وعلى العمق الفكري والأكاديمي للدراسات المختلفة عن العرب، خاصة المتعلقة بدراسات المستشرقين ومنهجها المتحيز القائمة على مبدأ (التحريف) و (السيطرة)،ووظفت الكثير من الدراسات الاستشراقية والبحوث التي أثرت في الوعي الشعبي الأوروبي في تحقيق أنماط دعائية خاصة للمنطقة

العربية قائمة على فهم سيكولوجية الجمهور ورغباته واتجاهاته، بقصد اختراق العقل العربي وترسيخ الموديل الأمريكي في ميادين المعرفة والحياة.

وهكذا أضحت وسائل الإعلام الدولية، ومنها الإذاعات الدولية الناطقة باللغة العربية في حرب العراق ترتكز في صناعة العملية الدعائية على الاستفادة من علم النفس بالدرجة الأولى،حيث الخبر المصنوع في المختبرات النفسية بقصد (احتلال النفس)، وأصبح الخطاب الدعائي الأمريكي بشكل خاص الموجه ضد العراق يعتمد على عناصر تشكل بمجموعها محاور مركزية تتجه إلى مجالات مختلفة تتضمن السلوك الفردي والجماعي، والآراء والتصورات، والعواطف والانفعالات، من خلال أساليب متنوعة في أهدافها ومضامينها أبرزها اختيار الحقائق بطريقة تمويهية بانتخاب مجموعة من الحقائق لإذاعتها من باب (الموضوعية) لجذب المستمع والتأثير عليه، والتكرار لجمل معينة بقصد تعميق الفكرة وترسيخها في ذهن المستمع. ولعل تركيز الإذاعات الدولية المعادية على التفوق العسكري الأمريكي وأسلحته التدميرية الذكية، مثال للخطاب الدعائي المتضمن عوامل الضغط النفسي وإفزاع المواطن نفسيا لقهر معنوياته.

سيناريو الإعلام ما قبل الإحتلال

لم يكن احتلال العراق، بمعزل عن سنوات الحروب، والأزمات، والحملات الاعلاميّة، والحصار الأقتصادي، والحروب النفسية التي شهدها العراق، وإنما جاءت كحلقة اخيرة لإنهاك الشعب العراقي، وتدمير معنوياته،عن طريق مثلث الموت: الحرب العسكرية، والحرب الاقتصادية، والحرب الاعلامية، وهي حروب مهدت الطريق للجيوش لإحتلال بغداد بطريقة دراماتيكية اذهلت الكثيرين من العرب، وجعلتهم تحت وطاة التحليل الخيالي، وعدم تصديف المشهد العسكري وافرازاته على صعيد الميدان، مثلما كان الكثير ايضا لايريد تصديق الصورة الواقعيّة المتلفزة على الهواء مباشرة لمشاهد الحرب الكثيرة، وابرزها المشهد

الحزين لدخول الدبابات الامريكية الى بغداد. فقد كانت الصورة مشوشة للجميع، رغم الصوّر الواضحة التي تنقلها مباشرة الفضائيات العربية والعالمية، و لااحد كان يريد تحليل عمق الصورة ومضمونها، وربطها بالمشهد العراقي العام، فقد كان الشعب العراقي يعاني من حروب مدمرة اشغلته عن ممارسة حياته بشكل طبيعي من الناحية الأنسانية، وانهكته اقتصادياً واجتماعياً وصحياً، كما واجه هذا الشعب حصارا اقتصادياً لسنوات، هو الأقسى والأطول، في تاريخ العالم،حيث عطل الحياة، واضعف البنية التحتيّة للخدمات والمؤسسات، وقضى على احلام الشباب في العمل والدراسة والزواج. واحا ل الملايين الى فقراء يعيشون تحت خط الفقر، وأدى الى ضعف النظام كمؤسسة سياسيّة، لتزداد ظاهرة الفساد الأداري والرشوة والمحسوبيّة، ومع هذا الحصار كان الشعب يموت يومياً بالمئات بسبب اليورانيوم المخصب، الذي استعملتة الولايات المتحدة الامريكية في حروبها ضد العراق، وخاصة حرب الخليج الثانية، حيث قذفت اكثر من (950) صاروخاً محملاً باليورانيوم، لتلوث الأرض والماء والزرع، ولتقتل اكثر من نصف مليون عراقي، إضافة الى المعاناة الداخلية في كبت الحريات، وغلق منافذ الحياة بطريقة قسرية وقمعية، وأخطاء جسيمة في التعامل مع الأزمات، وإضعاف الجبهة الداخلية سياسياً وإقتصادياً وإجتماعياً بحروب غير مجديّة، وغير إنسانية، وفي المقابل تعرض الشعب الى حروب اعصاب شنتها الولايات المتحدة والغرب، وهي حروب نفسية القصد منها (اذلال الشعب) و (إضعاف معنوياته) و (قتل احلامه) وتكريس حالة (اليأس في النفوس) وتدمير (العقول)، وكلها ساهمت في ايجاد مناطق الاختراق، وسهلت عملية احتلال العراق. وهو الجواب المنطقي لمن عاش (حالة من الاندهاش و الذهول لما حدث للعاصمة العراقية بغداد في التاسع من إبريل 2003، و دخول القوات الأمريكية بغداد بدون مقاومة، و تبخر الجيش العراقي.)

والملاحظ إن الحملة الإعلاميّة وحرب الأعصاب على العراق، بدأت منذ أكثر من ربع قرن،وهي حملة قاسمها المشترك (إثارة الطائفيّة وتنميتها) في الداخل، و وإرعاب الرأي العام(بأمتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل)و(علاقته بالأرهاب)، وترهيب الدول العربية(بأطماع النظام ونزعاته التوسعيّة)،مع محاولة تمرير المعلومات(لإثارة الأزمات والحروب مع الجيران وتشجيعها) كما حدث في إحتلال الكويت، والحرب مع إيران.

ومنذ بداية السبعينات من القرن العشرين،وبالتحديد منذ تأميم النفط عام 1973 ،كانت الخطة هي البحث عن ثغرة في نفسية المواطن العراقي، لها فاعليتها وتأثيرها في أسلوبه وأفكاره، ولم تجد غير (العامل الطائفي) لاحداث انكسارات في العراق، خاصة وأن هذا المتغير قد جرب وطبق على الكثير من البلدان النامية، وهكذا بدأت الدوائر الغربية والأميركية تطبق نظرية (بريجنسكي) القائلة (ضرب التوجه القومي بتوجه طائفي) لزعزعة الاستقرار في العراق وكانت الخطة المركزية تتلخص بالنقطتين الآتيتين:

- تشجيع النعرات الطائفية داخل المجتمع العراقي وابرازها كعوامل للتفتيت وذلك بتسريب المعلومات المختلفة المتوافقة مع الذهنية العامة للفرد، وواقعه الاجتماعي، مستغلة بذلك أجواء المنطقة والأحداث السياسية في ايران.

- تشجيع الحرب مع إيران ، وإثارة الفتن الطائفيّة، وتعميق الخلافات بين الدولتين .والملاحظ أن الأجهزة الدعائية الغربية قد مهدت لهذه العوامل معلوماتياً ونفسياً ودعائياً، حيث لعبت هذه الأجهزة دورا مخربا وتحريضيّاً في خلق الأحداث وتضخيمها، واشعال فتيل الطائفية والحرب.

ويمكن ايجاز أبرز المحاور المركزية التي اعتمدتها الدعاية الأميركية أثناء الحرب العراقية الإيرانية:

1. التعتيم على الحقائق، وابراز التناقضات، لأشعال الحرب واستمرارها.

2. استعملت الدعاية المعادية في بداية الحرب لعبة خبيثة اعتمدت على الايحاء لأيران بأن العراق لا يستطيع الصمود في حرب طويلة الأمد، وإن إيران بما تملكه من كثافة سكانية كبيرة وسلاح متطور يمكن لها أن تنتصر إذا ما خططت لحرب طويلة الأمد.

وبشكل عام، فإن تحليل مضامين هذه الدعاية آنذاك كانت ترتكز بالدرجة الأولى على (المتغير الطائفي) لتفتيت الشعب وتحطيم وحدته، ثم بدأت بالأسلوب المباشر، وهو اشعال فتيل الحرب بين العراق والعراق وايقاف تنمية البلدين، بعد فشلها في اختراق الساحة العراقية والإيرانية دعائياً ونفسياً ومعلوماتياً.

وهناك المرحلة الثانية(1988-1991) من الحرب الإعلاميّة الأمريكيّة، حيث استغلت هذه الدعاية عناصر مهمة لتشويه الحقائق بالشكل الذي يؤدي إلى تشويه سمعة العراق دوليا، فعدت التفوق العلمي العراقي من خلال انتاج أسلحة متقدمة، سواء على مستوى صواريخ أرض – أرض أو صواريخ التقاطع أو طائرة الانذار المبكر، أو منظومة العابد الحاملة للأقمار الصناعية ،وصولا إلى الكيماوي المزدوج، والسياسة النفطية للعراق، عوامل لتحريض الرأي العام الغربي والدولي بالاتجاه الذي يضمن نجاح مخططاتها:

- الحفاظ على المصالح الأمريكية النفطية في الخليج العربي.
- اضعاف العراق اقتصادياً، وذلك بدفع اقطار نفطية في المنطقة إلى سياسة إغراق السوق الدولية بالنفط.
- محاولة عرقلة المفاوضات السلميّة بين العراق وايران بطرق التمويه والتغطية وتمرير المعلومات الكاذبة للطرفين بأسلوب التحريض.

لهذا فأن الحملة على العراق لم تكن مجرد حملة اعلامية هدفها التشويش وتشويه صورة العراق فقط، إنما هي حملة سياسية اقتصادية منظمة، لم تكن أجهزة الدعاية الغربية سوى أداة غطائية لها.

إن السيناريو الدعائي الأميركي، الذي بدأ بانتهاء الحرب ما بين العراق وايران في 1988/8/8م ، مرورا بإعدام الجاسوس البريطاني(بازوفت) ،وقضية(المتسعات)، و(المدفع العملاق)، و(الكيماوي المزدوج)، إنما هو حلقة متصلة للمخطط الاستراتيجي لتمزيق العراق وإضعافه ،ولعل الجديد في هذه العملية هو عملية(التغطية) لتمرير بعض المخططات الدولية التي تستهدف احتلال منابع النفط، وضرب القضية الفلسطينية، اضافة إلى اعطاء (أمريكا) المبرر لغزو منطقة الخليج، واعطاء (اسرائيل) المبرر لضرب المنشآت العلمية والصناعية.

ويمكن لنا ملاحظة الأساليب الفنية لهذه الدعاية ما بعد الحرب. وخاصة فترة مابعد الحرب العراقية- الايرانية،حيث الأنماط الجديدة للفعل الدعائي الأمريكي، وطريقة التفكير لأختراق العقل العراقي ومن هذه الأساليب والطرق:

أولا: الزمن كمحاولة من (محاولات التعويق) ،وورقة من أوراق اللعبة الدولية(لرمي النيران على العراق) بشكل مستمر، لتحقيق نتائج سياسية ودعائية تكون في خدمة المخطط، وهي بمثابة مراهنة ضمن استراتيجية المخططات لخق حالة (اليأس) و (الانهاك). فالزمن في العمل الدعائي الأميركي والغربي يأخذ أكثر من صيغة واتجاه لتحقيق أكثر من هدف:

1. **تمرير المعلومات لصالح المخططات الدعائية المعادية.**
2. **اثارة القلق النفسي في الشخصية وتدميرها.**
3. **تشويه الحقائق وخلط الأوراق.**
4. **ايجاد الثغرات واستغلالها ضمن منطقة (المراقبة) ودراسة الحالة.**

لهذا كان (الزمن) أحد العناصر الأساسية في العمل الدعائي الدولي المعادي، واستعمل في الحرب العراقية – الايرانية كعنصر واضح للمراهنة والخداع والتمويه.

ثانيا: التفتيت، كعامل من عوامل (اضعاف الشعب ووحدته الوطنية) لاختراق الجبهة الداخلية وتمزيقها، وخلق عوامل الضعف في الارادة الانسانية مع ايجاد حالة (اليأس) و(القلق) لتفتيت الشخصية العراقية، وجعلها في حالات الضعف المستمر، وهذا الأسلوب (التفتيت) الذي اعتمدته الدوائر الغربية والصهيونية ضد العراق اعتمد على أكثر من وسيلة:

1. الاشاعة كمصدر للمعلومات ،وكأسلوب للتضخيم واثارة النعرات الطائفية والعشائرية.
2. الدعاية كأسلوب لسياسة(التخويف)، وكأسلوب لاختراق الرأي العام وحدوده الثقافية.

ثالثا: التوريط، كعنصر من عناصر الفعل الدعائي لتثبيت بعض (المواقف) وخلق (المتناقضات) واستغلالها لصالح المخطط الدعائي والسياسي، وبمعنى آخر توريط الآخرين بأفعال لاستغلالها سياسيا ودعائيا ونفسيا. وعادة تستعمل (بالونات الأختبار) لاكتشاف (جس النبض) تجاه بعض القضايا، ومعرفة ردود الفعل. ولعل ما قامت بها أجهزة المخابرات الأمريكية والانجليزية والصهيونية بتمرير المعلومات بما يتعلق بعروض اليورانيوم لكي (يقولوا أن العراق يصنع القنبلة الذرية) وهدف هذا الأسلوب هو الاساءة إلى سمعة العراق بقصد التمهيد للعدوان عليه وعلى منشآته العلمية والصناعية.

رابعا: الغطـاء كعامل سياسي، للتمويه وخلط الأوراق وتمرير المخططات المعادية، ويقوم هذا الأسلوب الدعائي على تمرير المعلومات الكاذبة، وتضخيمها لتحقيق هدف مركزي هو تنفيذ المخطط بمبررات واهية.

وبأختصار فأن الضجة الاعلامية والدعائية ضد العراق كان هدفها (التغطية) على أعمال وممارسات يراد منها ضرب العراق ، وهي سياسة تعتمد على أساليب دعائية مكشوفة أهمها:التضخيم والمبالغة في نقل المعلومات

وتداولها،والتمويه في(الأفعال) وقلب الحقائق وتحويرها،وافتعال الأزمات لتمرير المخططات.

منطق الدعاية الصهيونية في الحرب

لم تكن الدعاية الأميركية والغربية حاضرة لوحدها في هذه الحرب الإعلاميّة، وإنما كانت الدعاية الصهيونية تشكل جبهة جديدة لمساندة الآخرين، وإشعال فتيل الحروب والأزمات، والتحريض والتلفيق.

ولنتذكر ثلاثة أمور عالجها الكيان الصهيوني بقلق، وهي تصب في مجرى التفكير السياسي الصهيوني، وتم طرحها في أجهزة دعاية الكيان بشيء من التحليل والقلق الممزوج بالرعب: إنتهاء الحرب العراقية- الأيرانية،تطوير الصواريخ،والكيماوي المزدوج.

إن متابعة الأداء الحركي للكيان الصهيوني في تعامله مع الحرب العراقية – الايرانية، لإضعاف وتهميش البلدين، ومحاولة اطالة أمد الحرب لمنع القوة الاقتصادية للبلدين من التزايد، وايقاف التقدم التكنولوجي والعلمي من منطلق جوهري واضح وهو (أن أهمية الحرب انها تمتص القدرات العسكرية العراقية والايرانية) طبقا لرأي رئيس المخابرات العسكرية للكيان الصهيوني،ويبدو أن المفهوم التقليدي لوضع العراق في الاستراتيجية الأمنية الصهيونية، والذي مفاده ضرورة استمرار الحرب، قد تغير بعد إنتهاء الحرب العراقية-الايرانية، ذلك لأن التقويم الجديد للمسؤولين الصهاينة يجد في استمرار الحرب قدرة جديدة وعالية للجيش العراقي على استيعاب تجرب الحرب طويلة الأمد، وما تفرزه من كفاءات اقتصادية وسياسية ومعنوية لتحمل أعباء الحرب الطويلة.ففي عام 1987م أدلى وزير الصناعة والتجارة الصهوني (أرئيل شارون) بتصريح صحفي قال فيه (إن تعاظم الجيش العراقي في السنوات الأخيرة نتيجة الحرب العراقية – الايرانية خلق وضعا يعّد فيه العراق من أخطر

أعداء دولة اسرائيل)(7) ، بينما صرح المسؤول نفسه عام 1984م بأن (مصلحة اسرائيل هي استمرار الحرب وتشجيع ايران على مواصلتها بهدف عزل قوة العراق واشغالها)، ومن جانب آخر، أحدث خبر قيام العراق بتصنيع صواريخ أرض_أرض، انقلابا جديدا في المفهوم التقليدي لأمن الكيان الصهيوني حيث زخرت الصحف والمجلات بمشاهد عديدة عن (الحرب القادمة التي ستستخدم فيها الدول العربية صواريخ أرض_أرض لتهديد القاعدة العسكرية والبشرية لاسرائيل)(8) وطالبت الاهتمام(بتوفير قاعدة رادعة مضادة للصواريخ بخبرات أمريكية - اسرائيلية لاحباط فاعلية الصواريخ العراقية التي تشكل خطرا حقيقيا يهدد أمن اسرائيل)(9)،ولعل أكثر ما أثار الذعر داخل الدوائر الرسمية في الكيان الصهيوني، هو تهديد العراق بحرق نصف اسرائيل بالسلاح الجديد (الكيماوي المزدوج)، الأمر الذي جعل الكيان الصهيوني يعيد النظر بإستراتيجيته الأمنية من جديد في ضوء المستجدات المتغيرة .وبقدر ما أثارت هذه الفقرة (حرق نصف اسرائيل) دهشة ومفاجأة وكالات الأنباء، فأنها كانت قنبلة فجرت مكاتب تل أبيب، ولتتحول صباحا إلى رعب كبير داخل المجتمع الصهيوني، مفجرة أكثر من قضية، ولتعيد أكثر من تساؤل على صعيد أمن الكيان الصهيوني ومستقبله، بل أنها كانت موضع تحليل سريع وجدي داخل أروقة الدوائر السرية ومؤسسات البحوث الاستراتيجية.

وعلى الرغم من أن الأوامر السرية الصادرة من مكتب رئيس وزراء الكيان الصهيوني آنذاك كانت محددّة لوسائل الإعلام بعدم (التهويل ومحاولة التخفيف من حجم الخطر الذي يواجه اسرائيل) حفاظا على عدم اثارة الرعب، فأن الصحافة الاسرائيلية لم تستطع تجاهل الموقف وتفسيره ، وتجاهل دلالاته الحقيقة لسبب بسيط ،هو أن الشارع الصهيوني كان مشحوناً بعوامل القلق والرعب والتوتر، وكان بحاجة إلى اكثر من تفسير لابعاد هذا الخبر الصاعق، وبحاجة إلى قناعات منطقية ودلائل واقعية تجعله يتعامل مع الحدث بشيء من

الاقناع والهدوء.فالمعلومات الاعلامية التي كانت تضخ عبر وسائل الإعلام الإسرائيلية، وتصريحات المسؤولين المستمرة قبل اعلان هذا الخبر، كانت تعطي ضمانات أكيدة على تفوق الكيان الصهيوني عسكرياً وتكنولوجياً، وعلى تفوقه في الردع النووي وصناعة الصواريخ، مع اعطائه صورة قاتمةعن الوضع العربي وضعف قدرات العرب على مجابهة (اسرائيل)، ولهذا كان الخبر بصيغته الرادعة قد خلق حالة (تناقض) داخل الكيان الصهيوني، واحراجا للمسؤولين الصهاينة ولوسائل الاعلام معا، ترتب عليه شعور بالاحباط من قبل المجتمع، وحالة رعب من حرب جديدة، مع حالة عدم الثقة لما يفسر ويبرر عبر الأجهزة الرسمية الحكومية أو عن طريق وسائل الإعلام.

والملاحظ من خلال تحليل مضمون الصحافة(الأسرائيلية)(10) في تعاملها مع الحدث أنها حاولت الموزانة بين قضيتين: تهدئة الشارع الصهيوني بجرعات اعلامية مدروسة أساسها العامل النفسي، وايجاد معادلة نفسية-اجتماعية تخلق الدافع لتقبل هذه المخاطر.وعلينا أن نتذكر أيضا من خلال القراءة التحليلية لمضامين الصحافة أنها ساهمت في تسريب معلومات إلى أجهزة الاعلام الدولية بالتنسيق التام والوثيق مع المخابرات الأمريكية والبريطانية هدفها تحقيق هدفين:

1 -الكشف عن نشاط البرنامج العلمي العراقي لأثارة الرأي العام الدولي.

2-ردع الشركات الأجنبية لمواصلة التعاون مع العراق في جهوده العلمية والتكنولوجية.

الدعاية الأميركية في حرب الخليج الثانية

لا يمكن الانكار بأن لغة الدعاية الأميركيّة تمتلك الكثير من التجارب، والكثير من الأساليب المتطورة والخبيثة التي تعمل تحت أغطية عديدة، ومناهج فكرية، بعضها يختفي وراء مقاصد عسكرية، وبعضها الآخر يعمل تحت غطاء العمل السياسي والدبلوماسي والاستخباري، وكلها تصب في صيغة عمل متطورة

بالبيانات والمعلومات والبحوث، لتشكل بمجموعها جهازا دعائيا له أساليبه ولغته ومناهجه.فهذا الجهاز الدعائي الكبير الذي ينطلق من تراث عميق مليء بالتجارب، ويستمد خصوصيته من الأيدلوجية الإمبريالية التي لها أهدافها الخطيرة في صنع السياسات والقرارات، إنما هو يمثل بحد ذاته امتدادا لأجهزة سياسية لها تقاليدها في العمل السياسي ، ولها أهدافها المحددة بنظريات تستمد فعلها من سياسات الهيمنة والاستغلال والسيطرة والاستعلاء التي تتحكم في قوانين النظرية السياسية الامبريالية.

فالدعايةالأميركية في توجهاتها العامة تنطلق من عناصر مهمة تشكل محاور فكرية في العملية الدعائية، بحيث تصبح هذه العناصر مرتكزات أساسية للعمل الدعائي الموجه ضد العراق.

والملاحظ أن الجهاز الدعائي الأمريكي قام منذ 2آب 1990م بشن حملة دعائية منظمة ضد العراق ، ارتكزت على تقاليد دعائية قديمة أهمها:

1. بروز المفهوم النازي للدعاية بوصفها نصف حرب.
2. استعمال نظرية (الرعب النفسي) في الرسالة الدعائية.
3. افتعال الأحداث وتضخيمها وتشويه الحقائق.
4. الاهتمام بالخبر كوسيلة دعائية مهمة في وسائل الاعلام أثناء الحرب.
5. التركيز على (الخلفية النفسية) في وعي الناس، لمعرفة مدى تقبلهم للمعلومات الدعائية، كالاهتمام بالجانب الانفعالي من حياة الانسان، وعناصر هذا الجانب ووظائفه وحاجاته.

وتأسيسا للنظرية القائلة بأن (الدعاية نصف الحرب)، فقد وجدت الدعايةالأميركية نفسها في مواجهة الأحداث الكبيرة، تساند الفعل السياسي والعسكري والاقتصادي من أجل تهيئة الأجواء النفسية لتنفيذ وتقبل هذه الأفعال

من الرأي العام الغـربي والـدولي، ولايجـاد منـاطق لاخـتراق المعلومـات إلى الجمهـور العراقي والعربي لتحقيق أكثر من هدف:

أولا: اضعاف المعنويات بشن حرب معلوماتية- نفسية اساسها (الرعب النفسي) مـن خلال تضـخيم القـدرات العسـكرية والتكنولوجيـة للولايـات المتحـدة الأمريكيـة، وخلـق التصورات المرعبـة عـن الحشـود العسـكرية بـرا وبحـرا وجـوا في منطقـة الخلـيج العـربي بوصفها(أضخم حشود منذ الحرب العالمية الثانية)(11)

ثانيا: ايجاد أكثر من منطق دعائي في الحـرب النفسـية لتحقيـق رأي عـام موحـد ضـد العراق باستعمال الأسلوب الدعائي المعروف (بالاسقاط) من خـلال اتهـام العـراق (بنوايـا العدوانية ضـد أقطـار الخلـيج العـربي وخاصـة السـعودية)(12)،وهـذا الأسـلوب اتبعتـه الدعاية النازية قبل هجوم النازيين على النرويج حيث تم اتهام انكلترا بالنوايا العدوانية.

ثالثا: اعتماد أسلوب(الالهاء أو التحويل) وهو مبدأ نفسي، هدفه تغيير اتجاهات الرأي العام عن التدخل الأمريكي في المنطقة، ومحاولة الهائة بمواضيع مختلفة وثانوية غير صحيحة ،مثل الخبر الذي أوردته اذاعة لندن(بوجود جسر جوي بين اليمن والعراق ووجود قوات عراقية في اليمن)(13) وهذا الأسلوب اتبعته آلة غوبلز الدعائية قبل احتلال هولندا وفرنسا حين ركزت باهتمام بالغ على أحداث البلقان لتغيير الاتجاهات العامة للرأي العام.

رابعا: الاستغلال المصطنع للعواطف وذلك بظهور المزاج الذاتي العفوي أو المزاج الكامن والمهيأ مسبقا حيث تثار بشكل عفوي الانفعالات الأكثر بدائية كالخوف والكراهية، لأنها تنمو بسهولة أكبر من غيرها، كما أنها ضعيفة الخضوع للرقابة الذتية الداخلية، ولعل موضوع ما سمي (بالرهائن) في الاعلام الغربي وتضخيمه بشكل واسع بوصفه (عملا غير انساني لأنه يهدد مصير

الأطفال وعوائلهم بالرعب والانهيار)(14) هو أسلوب دعائي للاستغلال المصطنع للعواطف.

خامسا: خلق مراكزجديدة للاهتمام تؤدي إلى نسيان المواقف السابقة، وتوجيه الاستعداد والقابلية في اتجاه آخر، واثارة فعل مناقض للأراء المتكونة عند الفرد للاستعداد والقابلية في اتجاه آخر، واثارة فعل مناقض للأراء المتكونة عند الفرد، دون أن يدرك ذلك بأستعمال أساليب دعائية متنوعة في مضامينها وأهدافها:

1-استخدام صور وأشكال معروفة لدى الجمهور، ولكن بتوزيع مغاير، بحيث تثير انفعالات سلبية في عقل الجمهور واتجاهاته، ولعل الخبر الذي يقول بأن (القوات الأمريكية والغربية المرابطة في السعودية ستبقى لفترة طويلة قد تستغرق عدة سنوات)(15) هو محاولة للضغط النفسي وارعاب الجمهور بجعله في حالة قلق مستمر.

2-خلق الأفكار الجديدة، وتقديم تفسيرات مغايرة للظواهر الكامنة وراء هذه الأفكار، كالتركيز على إن (التواجد الأمريكي في منطقة الخليج العربي يحظى بتأييد عربي ودولي)(16) وتهمل التفسيرات الدولية الأخرى التي تؤكد بأن هذا الغزو هو تهديد للسلام العالمي.

سادسا: تمرير المعلومات، من أجل خلق التأثير النفسي للعمل الدعائي على الجمهور، ومحاولة خلق الاشاعات الكاذبة، ونشرها لاحداث الانكسارات النفسية، وبمعنى آخر تمرير المعلومات للأستهلاك الدعائي ،كما حدث في نشر المعلومات عن ارسال أمريكا لطائرات ستيلت (الشبح) إلى منطقة الخليج العربي، حيث وصفت مصادر عسكرية غربية(بأن هدف أمريكا من ارسال هذه الطائرات ليس إلا هدفا دعائيا)(17) .

إن فهم منطق التوجه الدعائي يستوجب التمييز بين(الرسالة الدعائية المباشرة) التي تريد تثبيت أفكار يراد منها اختراق عدة جبهات لنفسية المتلقي،

وخلق اتجاه محدد للسلوك والتصرف والتقبل والاقناع من أجل تغيير الاتجاهات القيمية والفكرية والنفسية لدى الجمهور، وبين (الرسالة الدعائية الغير المباشرة) التي تستعمل أساليب(التمويه) و(الخداع) في مضامينها للوصول إلى هدفها المركزي، لأحداث التغييرات في عقل المتلقي لتحييده أو كسبه.وبمعنى آخر فأن المنطق الدعائي الأميركي يميز في خطابه الدعائي والسياسي أنماط الرسائل الدعائية، وفئات المتلقنين ،واختيار الوسائل الاعلامية في أهداف مضامينها ،ولكنها مختلفة في طريقة اختيار المفردات اللغوية، ومختلفة في الصناعة الفنية للرسالة الدعائية من حيث اختيار الجمل وتوزيعها ووسيلة التوصيل.

فالملاحظ أن الجهاز الدعائي الأميركي والغربي له محوران أساسيان في ارسال الخطاب الدعائي:الأول، يتوجه إلى الجمهور المحلي،والثاني، يتوجه إلى الجمهور الخارجي.ولكل من هذه المحاور قنوات اتصالية، تأخذ بنظر الاعتبار أهداف محددة مستمدة من السياسة الداخلية والخارجية ومتفقة مع مصالحها المشتركة، فالاعلام الداخلي للجهاز الدعائي الغربي والأميركي يتوجه إلى فئتين رئيستين: الجمهور المحلي أولا، والشركات الاحتكارية ثانيا، التي تشكل ثقلا كبيرا في بنية السياسة الغربية والأميركية وقراراتها.والخطاب الدعائي الموجه للرأي العام الغربي له منطق محدد يقوم على أساس الفكرة القائلة بأن (الوجود الأمريكي في منطقة الخليج العربي هو للدفاع عن المصالح الأمريكية والغربية)(18)، بينما يقدم الخطاب الدعائي الموجه إلى الشركات الغربية وخاصة النفطية على أساس (حماية منابع البترول واستمرار تدفقه إلى الغرب). وعلى الرغم من أن هذا الجهاز يعمل على تنظيم الدعاية الداخلية والخارجية فأنه يقوم ايضا على تشويه الحقائق ،واجتزاء المواقف ،وتضخيم الأحداث من خلال عملية رقابية على الأخبار والمعلومات التي تتسرب للداخل، وذلك بطرق عديدة أهمها: رقابة القيادات السياسية والاعلامية، ورقابة

المؤسسات السياسية والاعلامية والاستخبارية، وذلك لمنع وصول الحقائق للرأي العام الغربي والأميركي.

أما المحور الدعائي الخارجي فأنه يتوجه بخطابه إلى فئتين من الجمهور:

الأول: عالمي، وبلغات مختلفة ،والثاني، عربي بوسيلة الإذاعة

وقد لاحظنا أن الخطاب الدعائي المركزي الموجه لشعوب العالم يقوم على الفكرة المركزية القائلة بأن(الوجود الأمريكي في منطقة الخليج العربي حماية للسلام العالمي) وهو مدعوم(بالتأييد العالمي من خلال قرارت الأمم المتحدة)، بينما يتوجه الخطاب الدعائي إلى العرب بمضامين مختلفة، تحددها المواقف السياسية والمصالح القائمة في المنطقة العربية، فهناك خطابات موجهة للقيادات السياسة العربية، وهناك خطابات للجمهور الخليجي، وخطابات للجمهور العربي المعارض للغزو الأمريكي للمنطقة العربية.

ويقوم الخطاب الدعائي الموجه إلى الجماهير العربية على الأسس الآتية:

1-إن وجود القوات الأمريكية في الخليج العربي يستند إلى طلب عربي، ومن ثم بدعم عربي.

2-أن العراق غير قادر على مواجهة أمريكا والغرب عسكريا، ولا هو قادر على تحمل الحصار الاقتصادي بسبب المقاطعة الدولية له، والقصد من اشاعة هذه الأفكار هو احداث القلق واليأس وتعميق روح الاستسلام.

3-ابعاد الشبهات حول دور الكيان الصهيوني في الحصار العسكري والاقتصادي ضد العراق تحت غطاء الفكرة المتداولة في اعلام الكيان الصهيوني بأن (اسرائيل ليست معنيّة بالمشكلة بقدر اهتمامها بأمنها).(19)

التحضير للإحتلال وحروب التلفيق

بدأت الولايات المتحدة الأمريكية للتحضير للحرب ضد العراق، باستراتيجية تقوم على مبدأ:

1-إثارة الأزمة و تصعيدها، و إيجاد مبررات لها، و كأن الأزمة لا يمكن حلها عبر المفاوضات، و إن الحرب حتمية، بحيث تركز الأخبار على نقاط جوهرية: الديكتاتورية، جرائم ضد الإنسانية، الإرهاب.و اسلحة الدمار الشامل.

2-تشويه صورة قائد العدو وتشبيهه بهتلر، و هذا ما تم تعميقه في ذهن المواطن الأمريكي و الغربي، و ذلك للصورة الذهنية السلبية التي يمثلها هتلر، و هنا تتم عملية (الإقناع، من خلال نشر الأخبار المضللة و تلفيق الأحداث و تمرير المعلومات).

3-نشر البشاعات بوضع قصص، وإختلاق الروايات و الأحداث، لتقوية ردود الأفعال العاطفية، و هذه المرحلة هي مرحلة تنفيذ الحملة الإعلامية و تصعيدها.

4-تكريس الرقابة العسكرية للتحكم بالمعلومات، لأنها في الحرب هي (عملة النصر)، و من المنظور العسكري، فإن حرب المعلومات هي جبهة أخرى للمعركة، وتحتاج إلى نوع من الرقابة و الخداع لكسب الرأي العام. واستبدال الجيش الأمريكي في الإعوام الأخيرة مفهوم (التفوق في المعلومات) بمفهوم (السيطرة على المعلومات) هي من ثوابت الاستراتيجية العسكرية الحالية، حيث إن المعلومات عنصر من عناصر القتال.

5-الإشاعات كمصدر لتدمير المعنويات، حيث بدأت الإشاعة المبكّرة من الطرف الأمريكي، التي تقول (بأن طارق عزيز قد تخلى عن الرئيس العراقي صدام حسين و غادر العراق).

6-استعمال المنشورات و البث الإذاعي، كهدف لترشيد الجنود العراقيين للكيفيّة التي عليها أن يتبعوها في حال استسلامهم، حيث تم نشر مئات الآلاف من المنشورات والبث الإذاعي.

كما لوحظ في الأسلوب الدعائي الأمريكي استخدام مصطلح (صدام) أو (حزب البعث)، حيث كان الخطاب الإعلامي الأمريكي يتجه إلى فكرة إن أمريكا لا تحارب (دولة العراق)،والتركيز على الخطاب الطائفي و القومي والديني، حيث (الشيعة المضطهدين في العراق) و (الأقليات المضطهدة)،والتركيز على الأسباب المعلنة للحرب: نزع أسلحة الدمار الشامل،و تخليص العالم من(صدام).

كما إستخدمت المنشورات الأمريكية و حملة البريد الإلكتروني في الفترة السابقة عن الحرب، حيث كانت وسيلة، أكثر دهاءً لنقل الرسالة الأمريكية، ومحاولة إختراق القادة من السياسيين والعسكريين لكسبهم او التاثير عليهم. ثم بدأت حرب التلفيق، قبل الحرب على العراق، حيث أتهمت بريطانيا العراق بأنه حاول شراء يورانيوم من النيجر كجزء من تبريرها لشن الحرب على العراق، وقد سحبت الولايات المتحدة الأمريكية إتهامها السابق للعراق بالحصول على كميات كبيرة من اليورانيوم من النيجر، واعتذرت عن قبولها كوثائق ثبت انها مزورة، بعد تأكيد دولي من فرنسا و ايطاليا ووكالة الطاقة الذرية (LAEA) بأن جميع الوثائق كانت مزورة.

وتشير مادلين أولبرايت وزيرة الخارجية الأمريكية السابقة في كتابها الجديد (القوى والخالق) (20) الصادرعام2006 بأن الإدارة الأمريكية كانت حريصة على تسويق فكرة الأسلحة التدميرية والتأكيد على منطق (الخطر المتزايد)، وهذا ما تجسد من خلال الشهادة التي قدمه كولن باول وزير الخارجية الأمريكي السابق أمام مجلس الأمن ،وهي شهادة مليئة بالتحذيرات بأن العراق يمتلك أسطولاً من معامل الأسلحة البيولوجية المتنقلة ، وثبت أن كل هذا الكلام كان بمثابة أكاذيب ،لأنه تأكد بعد ذلك بعدم وجود هذه الأسلحة الفتاكة في العراق، ولاأدلة على تحالف العراق مع القاعدة). كما تم تسويق الفكرة القائلة(إن التخلص من حكم صدام سيعود بفائدة كبيرة على المنطقة وعلى المجتمع

الدولي)، كما بدأت الحملة الإعلامية منذ عام 2002 عندما اتهم نائب الرئيس الأمريكي ديك تشيني بأن (صدام حسين يمتلك أسلحة نووية). ومن التلفيق التي سوقتها إدارة بوش كمسوغات لشن الحرب على العراق عام 2002 (بأن محمد عطا الذي يعتقد بأنه قاد هجمات 11 سبتمبر اجتمع مع صدام حسين في بغداد قبل 11 سبتمبر ولدينا الأدلة على ذلك) .(20)

ورغم استمرار عملية التفتيش عن الاسلحة العراقية بمعرفة الامم المتحدة بقيادة هانز بليكس و الدكتور محمد البرادعي، الا ان الولايات المتحدة بدأت الاستعداد للحرب اذ شرعت في ارسال قواتها الى منطقة الخليج اعتبارا من النصف الثاني من عام 2002 م، حيث بدأت التعزيزات تتوالى على القواعد العسكرية الامريكية في منطقة الخليج، و تحركت حاملات الطائرات و البوارج الامريكية وتدفقت الالات الحرب من كافة الانواع حتى اوشكت التعزيزات على الانتهاء مع نهاية فبراير عام 2003م. وفي يوم الاثنين 17 مارس 2003 بدأت الحرب بأول ضربة حربية، انطلقت مقاتلتان عن طراز اف 17 من لدى القوت الامريكية القريبة، محملة بقنابل 2000 رطل موجهة باليزر، فضلا عن اطلاق حوالي 40 صاروخ كروز توماهوك ذات القوة التدميرية الهائلة على مبنى يعتقد بان صدام حسين و معاونيه من القيادات العراقية موجودون فيه وتبين فيما بعد خطأ المعلومات المخابراتية للقيادة الامريكية. وقرر الجنرال تومي فرانكس رئيس اركان القوات الامريكية البدء بالهجوم البري بعد 24 ساعة فقط بعد الهجوم الجوي. (21).

الهوامش

1. أنظر للتفاصيل: علم النفس الاجتماعي وقضايا الاعلام والدعاية، مجموعة من علـماء النفس السوفييت، ترجمة نزار عبود السود، دار دمشق للطباعة والنشرـ 1987 وكتـاب الحـرب النفسية – معركة الكلمة والمعتقد) لصلاح نصر الجزء الأول القاهرة 1966م

2. عزيز السيد جاسم، مبادئ الصـحافة في عـالم المتغـيرات، دار آفـاق عربيـة للصـحافة والنشر بغداد 1985 ص 75

3. 3-Davison, W. Ph international Polittical communication New York Praeg r, 1965, P. 4 and after.

4. 4-Custave Edmund Von Grun elaum Islam: The search for identity(New York: Vintage Books, 1964) P.53

5. 5-Lewis, Bergaed, The Arabs in History. 3rd ed Longman, 1941. P.92 Statistical year book, Unesco 1987

6. انظر للتفصيل : الدكتور حلمي خضر ساري ،صورة العرب في الصحافة البريطانية،مركز دراسات الوحدة العربية، الطبعة الأولى، بيروت 1988م

7- وكالات الأنباء،جريدة الجمهورية، العدد (6582) في 7يوليو1987 . ص 1

8- جريدة معاريف الاسرائيلية 1988/6/18

9- جريدة معاريف الأسرائيلية 1888/6/22

10-اعتمدنا في تحليلنا على نصوص ما كتبته صحافة الكيان الصهيوني من الفـترة 1990/4/3 إلى 1990/6/3 وذلك بالاعتماد على وكالات الأنباء ومجلة شؤون فلسطينية وتقارير الصحافة الأجنبية.

11-إذاعة لندن باللغة العربية بتاريخ 1990/8/25 (انصات شخصي)

12-إذاعة صوت أمريكا باللغة العربية 1990/8/6 (انصات شخصي)

13-إذاعة لندن باللغة العربية بتاريخ 1990/8/26 (انصات شخصي)

14-إذاعة لندن باللغة العربية بتاريخ 1990/8/22 (انصات شخصي)

15-إذاعة صوت أمريكا باللغة العربية 1990/8/15 (انصات شخصي)

16-إذاعة صوت أمريكا باللغة العربية 1990/8/10 (انصات شخصي)

17-جريدة الرأي الأردنية بتاريخ 1990/8/17

18-اذاعة صوت أمريكا باللغة العربية بتاريخ 1990/8/7

19-جريدة دافار الاسرائيلية بتاريخ 1990/8/9، نقلا عن اذاعة اسرائيل باللغة العربية بتاريخ 1990/8/9

20- للتفاصيل انظر: مادلين أولبرايت ،القوي والخالق ، صحيفة الخليج ، العدد 9898 ، بتاريخ 25 /يونيو 2006 . والعدد9909 ،بتاريخ 2006/7/6

(21) انظر للتفاصيل عن احتلال العراق: د. احمد طه خلف الله، سقوط العرب في الحرب على العراق ،الاسباب و النتائج، الطبعة الاولى، دار الكتاب العربي ، القاهرة2004.

الفصل الثالث

حرب التقنيات: الترويع والصدمة

لم تستعمل أسلحة الذكاء الامريكية عسكرياً لإحتلال المدن وتدمير الجيوش فقط ، وانما استعملت ايضاً كأداة للترهيب والحرب النفسية ، وتم استثمارها لتدمير معنويات الجيش العراقي ، واثارة القلق والخوف عند المدنيين ،وارعابها بتقنياتها العالية ، واصواتها المدوية ،وأساليبها التدميرية الهائلة،وإستعمالها بقسوة لتهديم البيوت،والتجمعات البشرية، بقصد تطبيق نظرية الرعب النفسي القائمة على فكرة(الصدمة و الترويع)التي إبتدعتها الادارة الأميركية في إحتلالها للعراق، لتدمير الاعصاب من خلال القاءها خزانات ينتج عنها صوت انفجار هائل، وهي تحتوي مادة متفجرة، لتترك ورائها صوت شديد القوة مع بعض المسامير و القطع المعدنية لإحداث الأنهيار والرعب في النفوس. وهي حرب نفسيّة استعملت فيها وسائل تكنولوجيا التعتيم والتمويه و التضليل، وفقًا لمبدأ الاستراتيجي الصيني منذ خمسة قرون قبل الميلاد: (الحرب الإعلامية هي فن النصر دون حرب)، وهي حرب تستبلد الخصم، و تستهين بوسائله. وهكذا حوّل الاعلام العسكري الامريكي صور الحرب الى مشهد تقني يشبه صور العاب الفيديو او الكمبيوتر.

ويتمثل مفهوم الرعب في كثافة وحجم القوة التدميريّة، صوتاً وإبادة جسديّة، أما الصدمة فتتمثل في نتائج هذا الاستخدام، ويتم هذا المفهوم بأستخدام مزيج من الأسلحة فائقة الدقة من الجو مع ضربات جوية وبرية وبحرية متواصلة على الوحدات المتحركة أو أي أهداف مختارة ، مع مواصلة الازعاج بالقصف المستمر، وفرض الهيمنة والسيطرة السريعة بفضل الاستغلال الكامل لخصائص وقدرات وتقنيات الأسلحة الحديثة وحركيتها ودقتها العالية وكثافة التدمير، حتى لا تترك للخصم أي فرصة أو مجال للقتال أو الصمود، بل الوصول إلى انعدام الرغبة في مواصلة القتال والتفكير في الانصياع والاستسلام، ولإيجاد حالة من الاحباط والفزع ودفع الخصم بالقوة، للوصول

إلى حالة من الضعف التام وعدم القدرة على التصدي والعجز عن الدفاع. وبشكل عام تعتمد الفكرة العامة لتنفيذ عقيدة الرعب والصدمة على السرعة في التطبيق لشل الخصم، وتحقيق الهيمنة على كافة أبعاد المسرح براً وبحراً وجواً، وشل حركته الآإراديه ، وتدمير عملياته البيولوجية والفسلجيّة، وفعالياته السلوكية والأجتماعيّة.

تقنيات الرعب النفسي

عسكرياً(1)،نجحت الولايات المتحدة الأميركية في السنوات الأخيرة في اضافة اسلحة متطورة للغاية على ترسانتها، كما انها ادخلت تطويرات جذرية على البعض الآخر، ومن بين الاسلحة التي تم تطويرها صاروخ توماهوك كروز التي استخدمت خلال الموجه الاولى للهجوم، حيث تم توجيهها بنظام تحديد المواقع على الخريطة الكونية عبر الاقمار الصناعية بدلاً من الخرائط الأرضية، وهو ما قلص الفترة المطلوبة بين تحديد الهدف ،وبرمجه الصاروخ للإطلاق الى عدة ساعات او دقائق، بينما كان الأمر يستغرق في الماضي عدة ايام .وفي ظل النظام الجديد أمكن لسفن البحرية الامريكية ان تطلق صواريخ توما هوك خلال دقائق من تحديد الهدف، وصورايخ كروز التي يتكلف الواحد منها 1.2 مليون دولار، تطلق من المدمرات من طراز(ارليج يورك)، والسفن من طراز تيكوندروجا المهجرة بنظام ابجيس العسكري، لتوجيه الصورايخ، كما تستطيع الغواصات من طراز لوس انجلوس المهاجمة ايضا واطلاق صواريخ توماهوك. إضافة الى قنبلة عملاقة تزن اكثر من عشرة الاف كيلوجرام، ويخلف انفجارها سحابة ضخمة مثل السحابة التي يخلفها انفجار قنبلة ذرية، والهدف منها تدمير مواقع محصنة للعدو تدمير كاملاً ،واحداث صدمة للجنود لدفعهم الى الاستسلام.والقنبلة الامريكية الجديدة يتم توجيهها، ويتم اطلاقها من طائرات شحن طراز سي-130 ،وكان من اللافت ان المسئولين الامريكيين لم ينكروا التأثير النفسي للاعلان عن تلك القنبلة واعتبر وزير الدفاع رامسفيلد ان

الهدف من الاعلان عن القنبلة هو (ان يكون هناك ردع كبير للجيش العراقي عن القتال ولصدام حسين كي يترك السلطة). والى جانب ام القنابل هناك القنبلة مدمرة الدشم جي.بي.يو-28 ،وهي قادرة على اختراق المباني الخرسانية التي يزيد سمكها عن ستة امتار قبل ان تنفجر .اما فيما يتعلق بالقوات الجوية الامريكية فقد قامت بالمجهود الأكبر في الحربعلى العراق، فهناك القاذفة بي-2 سبيرت وهي من طائرات الشبح التي لا تكشفها الرادار وطائرة اف-117ايه نايتهوك المقاتلة، وهي من طائرات الشبح ايضاً، حيث يعتمد سلاح الجو الامريكي بشكل كبير على القاذفة الثقيلة من طراز بي-52 التي يصفها الأمريكيون بالاسطورة، وهي قاذفة طويلة المدى صممّت لأسقاط القنابل الذرية ابان الحرب الباردة .

وفي المرحلة التي سبقت بدء العمليات العسكرية أعتمدت الولايات المتحدة على ترسانة متنوعة من طائرات الاستطلاع الجوي لكشف مسرح العمليات، ورصد اهداف، قد يتم استهدافها فيما بعد بواسطة القاذفات والصواريخ. وتعد طائرات (يو- 2) من ابرز طائرات الاستطلاع الامريكية، وهي ذات قدرات عالية في جمع المعلومات، كما تعتمد الولايات الممتحدة في الاستطلاع ايضاً على طائرات (آر- سي - 135)، وهي طائرة ضخمة تشبه طائرات الركوب العادية، ويمكنها الطيران لمدة 11 ساعة متواصلة في عمليات الاستطلاع، وهناك ايضاً طائرة الاستطلاع الشهيرة (أواكسي) وهي تطوير للطائرة (البوينغ 707)عن طريق اضافة رادار هوائي على سطحها، كما يستخدم الجيش الامريكي طائرات بريديتور بدون طيار من طراز(آر.كي-1) وهي مزودة بكاميرات دقيقة للغاية، وهي تقوم بالاستطلاع والتحليق في المناطق التي تمثل خطورة بالنسة للطيارين .

تقنيّاً، يمتلك البنتاجون نطاقاً واسعا من الخطط لتطوير ميادين المعارك بتكنولوجيا المعلومات بالمدى عينه الذي أدى إليه إدخال الدبابات في الحرب

العالمية الأولى،أو القنبلة الذرية في الحرب العالمية الثانية، فسيناريو الحرب المعلوماتية جاهز في حربها ضد الدول، بمعنى أنها لا ترسل فقط الطائرات والدبابات والصواريخ بعيدة المدى، بل أنها تحارب بالكمبيوتر وشاشات الفيديو ولوحات التحكم،بحيث تخلق البيانات الملتيمديه الوهمية، وتدس الفيروسات الكمبيوترية في محطات الاتصالات الهاتفية، وتضرب بالقنابل الذكية مقرات التحكم الالكتروني، وتنشر رقميا أوامر مزيفة من أجهزة الراديو، وتشوش العربات الجوية الحديثة البث التليفزيوني، ويجري شن الحرب النفسية،وتقوم القنبلة المنطقية بمسح البيانات الخاصة والسرية في شبكات الدفاع والبنوك، وكل ذلك يجري دون أطلاق رصاصة واحدة ، حيث حولت تكنولوجيا المعلومات الحديثة الحرب إلى ما يشبه لعب الأطفال،لأن الأنظمة الحديثة الخبيرة، ومعدات الذكاء الاصطناعي، والشبكات العصبية وأشعة الليزر، والروبوت السوبر كمبيوتر والكاميرات الحساسة في التعدد الوسائطي الملتيميدي تحدد أهداف وتحوله إلى أثر خلال ثوان(2)

وقبل تسعة أيام من بداية الحرب على العراق أطلقت وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاجون) قمرا صناعيا وزنه طن، لتسريع الاتصالات بين مسئولي البنتاجون والقادة العسكريين الميدانيين، وليضاف إلى أسطول كبير من الأقمار الصناعية المنتشرة في الفضاء، وهذا القمر مهمته أيضا تزويد عدد من الصواريخ لقوات التحالف في العراق بشبكة من الاتصالات والمعلومات والنشرات الجوية وتحديد الأهداف وتقدير الخسائر،والملاحظ أن عدد الأقمار الصناعية التي أطلقت قبل احتلال العراق فاق الأضعاف في حرب الخليج الثانية عام 1991، وحسب تعبير مدير العمليات الفضائية لسلاح الطيران الأمريكي(بأن القوة الفضائية تتحول إلى قوة أرضية في النهاية وهي تمثل الشرفة العالية في القتال)،ويقول بروس بيتر كويتس مؤلف كتاب (الوجه الجديد للحرب) عن الأقمار الصناعية والشبكات الحربية بأن (ثورة المعلومات استطاعت أن تغير

طبيعة القتال،فإذا أردت أن تكسب الحرب فأن عليك السيطرة على المعلومات) (3).
كما وظف الجيش الأمريكي شبكات الأقمار الصناعية المدنية في الحرب لاستخدامها في الاتصالات العسكرية ، والاستطلاع وتبادل المكالمات والرسائل بين الجنود المحاربين وعائلاتهم، إضافة لإستخدام صورها الفضائية، ووفقا للخبراء في حجم اتصالات القوات الأمريكية ،كانت الصور في ازدياد مع توسع الاعتماد على التقنيات الحديثة، بزيادة قدرها) عدّة مرات في حرب الخليج عام 1991،حيث تم استثمار هذه الأقمار المدنية من قبل الجيش الأمريكي في الحصول على كميات كبيرة من الصور، والاستفادة القصوى من سعات البث عبر أقمار الاتصالات،واستخدامها لنقل أشارات نظم تحديد المواقع التي تضبط اتجاه ومسار (القنابل الذكية وهو ما يجعل (شهية العسكريين للاتصالات الفضائية هائلة أثناء اندلاع الحرب)(4)
كما استخدمت الولايات المتحدة الأمريكية لأول مرة (قنبلة المايكرويف) في حرب احتلال العراق لشل الرادرات والكمبيوترات وتدميرها، وهذه الأسلحة تعرف باسم"(أسلحة المايكرويف العالية القدرة)، حيث تستخدم انفجارات الطاقة الالكترومغناطيسية التي يتم إطلاقها بواسطة قنابل ذات تأثير ضئيل أو أجهزة شبيهة (بالبنادق الشعاعية)، لشل وتدمير الالكترونيات التي تتحكم في كل شيء ابتداء من عمل الرادار وانتهاء بعمل الكمبيوتر المحمول . وعلى الرغم من أن أسلحة المايكرويف غير فتاكة لكنها غير قادرة على التمييز، وقد تتدخل في عمل الإلكترونيات مثل جهاز تنظيم نبضات القلب أو الأجهزة الطبية الشديدة التطور . ويحدد أحد الباحثين نوعين من أسلحة المايكرويف : المياكروويفات (النطاق العريض) ،فباستخدام تفجير واحد يمكن نشر أشعة قوية وسريعة عبر نطاق واسع من الذبذبات، والطريقة الأكثر احتمالا لإطلاق هذا السلاح هي بواسطة صاروخ كروز وبذلك يمكن إيصال السلاح قريبا من

الهدف بدون تأثير على الكترونيات الأمريكيين وحلفائهم،والنوع الثاني الماكرويف(النطاق الضيق).(5)

واستعملت الولايات المتحدة الأمريكية عدد من التقنيات الاتصالية والعسكرية، كأستعمال هواتف الثريا للحصول على المعلومات، حيث تم القبض على ثلاثة عراقيين بحوزتهم هواتف (الثريا) النقالة لاستخدامها عبر قمر صناعي في تصحيح أهداف صواريخ الطائرات الأمريكية لقصف بغداد(6)، كما استخدمت وسائل عديدة في الحصول على المعلومات أغلبها (معلومات كانت الكترونية تتضمن إشارات مخابرات وتنصت على الاتصالات وصور الأقمار الصناعية) وذلك لافتقارها العنصر البشري في المخابرات داخل العراق (7).

واقتحمت صواريخ كروز أجواء العراق ،وسارت بنفس الاتجاه الذي تسير فيه الحرب النفسية، وحرصت الدعاية الأمريكية على تفسير القرار(1441)الخاص بنزع أسلحة العراق على أن العراق سيواجه (عواقب وخيمة)،وفسرته دعائيا على إجبار وتنفيذ العراق لهذا القرار باستعمال (قوتها التدميرية)، وتزامن هذا الخطاب مع إعلان واشنطن عن قتبلة (أم القنابل) الفائقة التدمير ،وإشاعة خبر عن وجود (قنبلة إلكترونية) تعطل جميع الأجهزة الالكترونية ،واحتمال استعمال اليورانيوم المنضب في الحرب (8).وفي اليوم الخامس من الحرب القت القوات الامريكية اقلام رصاص مفخخة لقتل الابرياء من الشعب العراقي، حيث عاش العراق حرب العشرين يوما.

ورغم انقطاع التيار الكهربائي في العراق فأن الولايات المتحدة الأمريكية استعملت تقنيات رقمية متطورة لإيصال رسالتها الدعائية،حيث حلقت طائرة عسكرية أمريكية فوق العراق تبث إرسالا تليفزيونيا للعراقيين،يغطي البث الإذاعي كل أنحاء البلاد ،ويعمل على خمسة ترددات مختلفة طوال أيام الأسبوع، وكانت فقرات البث تشمل إعادة لرسالة بوش للعراقيين، إضافة

للمنشورات الدعائية التي أسقطت فوق العراق وهدفها كان طمأنة الشعب العراقي إلى أن التحالف سيسهم في الأعمار والأزدهار . (9)

حروب الأنترنت والصحافة الالكترونية

بدأت حروب الأنترنت بين العراق والولايات المتحدة قبل أشهر من الغزو، حيث لوحظ وجود إعلانات متلفزة في وسائل الإعلام العراقية،وبالذات المتلفزة، لتشغيل أخصائيين في حقل الكمبيوتر، لاسيما في مجال البحث والبرمجة، وواضعي الفيروس، والمتسللين وقاطعي الطريق الالكتروني، وقرأ المراقبون هذه الإعلانات كجزء من التعبئة لبناء خطوط دفاعية (دوت كوم) في غمرة حرب(الكترونية)محتملة،ويعرض على الراغبين في العمل رواتب مغرية قياسا بمستوى (دخل الموظفين)، وكانت الولايات المتحدة الأمريكية قد أعلنت أواخر عام 2002 بأن السلطات العراقية قطعت الطريق على الآلآف الرسائل الالكترونية لشن حرب نفسية ضد كبار المسئولين (10)

تأريخيّاً ، بدأت حروب الأنترنت وتشويه مواقع الإنترنت خلال النزاع بين حلف شمال الأطلسي (ناتو)، والحرب عام 1990، عندما ارتطمت طائرة تجسس تابعة للأسطول الأمريكي بمقاتلة صينية أمام سواحل الصين عام 2001 ، وتمكن قراصنة الكمبيوتر الصينيون من تشويه حوالي ألف موقع لشركات وجهات حكومية أمريكية خلال عدة أيام، وهذا ما دفع الشركات الأمريكية إلى تطوير معظم المواقع الإلكترونية لمقاومة مثل هذه الانتهاكات (11)

ويبدو أن ساحات الحرب في العراق وحدها غير كافية لتحقيق الأهداف الأمريكية البريطانية، فتوسعت ميادين هذه الحرب إلى عالم الانترنت، حيث

بدأت هناك حربا جديدة من نوع (الهجمات الرقمية) بين جهات عديدة، بعضهم مواطنون أمريكيون وجدوا وسيلة لذلك للانضمام إلى الجهد الحربي،والبعض الآخر من مجموعات إسلامية تستهدف مواقع أمريكية خصوصا مواقع عسكرية،وآخرون من دعاة السلام. والأبرز هو الحملة الأمريكية تجاه المواقع الالكترونية التي تكشف أسرار الحرب ، وأساليب الخداع والتضليل التي تمارسها الحملة الدعائية والإعلامية للولايات المتحدة الأمريكية .

واعترفت وزارة الخارجية الأمريكية بتأثير هذه الهجمات على المواقع الالكترونية الحساسة المرتبطة بالحرب، وحذرت الشركات المتعددة الجنسيات من أن الغزو على العراق أدى إلى اندلاع(موجة هجمات رقمية) شنها عبر الانترنت قراصنة معلوماتيّون مما أدى إلى تشويش عدد من مواقع الانترنت الخاصة ،وتخريب بوابات (معلوماتية) تجارية ،وكمبيوترات خاصة بشركات ، كما استهدفت أنظمة معلوماتية حكومية وعسكرية . (12) حيث استهدف في أذار/ مارس عام 2003 ثلثا هجمات القرصنة عبر الانترنت، الولايات المتحدة وكندا، وهو ما يمثل ضعف العمليات التي استهدفتها عام2002 ،وبحسب أرقام الشركة البريطانية للأمن المعلوماتي (ام ،أي ،2 جي) قدرت هذه الشركة قيمة الأضرار الناتجة عن القرصنة المعلوماتية في العالم بما بين (1.75) و(2.14) مليار دولار لشهر آذار/ مارس فقط عام2003 .(13)

ولعبت الولايات المتحدة الأمريكية دورا كبيرا في حروب الانترنت، لمواجهة وسائل الإعلام العربية، ومواقع الانترنت، ضماناً لإخفاء الحقائق عن الرأي العام بما يدور في حرب احتلال العراق، وكسب معركة من أجل (كسب القلوب والعقول)،ووصلت الهجمة ذروتها في أعقاب نشر موقع قناة الجزيرة على الانترنت صور الأسرى والقتلى الأمريكيين في الأيام الأولى للحرب ،وصورة لطفل عراقي مقتول مع تعليق يشير إلى (أن الدماء البريئة تهدر بسبب

الجشع، والناس مضلله بحيث أنها لا تستطيع معرفة الحقيقة) ،مع مطالبة الجزيرة بردود ووجهات نظر عبر البريد الالكتروني، وهو ما أثار غضب الإدارة الأمريكية .

ويبدو أن هذه الضغوطات (الفنية) التي تعرض لها موقع الجزيرة ازدادت مع نشوب الحرب، بسبب ازدياد زوار الموقع ،مقارنة مع ما قبل الحرب، إضافة إلى التطورات التقنية التي حدثت لهذا الموقع من خلال الأحصائيات التالية :-

- وصل ترتيب الموقع في قائمة أكثر المواقع العالمية قراءة على الشبكة العالمية إلى رقم (45) بعد أن كان ترتيبه (444) قبل بداية الحرب .
- زادت سعة المعلومات(bandwidth) من 35 ميغا / ثانية إلى 185 ميغا .
- زاد متوسط عدد الصفحات المشاهدة للزائر الواحد حتى وصلت إلى 402 صفحات، وهو ما يزيد على مواقع كبيرة وشهيرة في عالم الأخبار مثل(CNN) ، والتي بلغ متوسط صفحات المشاهدة بالنسبة للزائر الواحد 303 صفحات.(14) وهذا ما دعا عملاء (اف بي آي) إلى اقتحام مكاتب إنفركوم في دالاس وهي الشركة المضيفة لموقع الجزيرة نت . وإغلاق الشركة المضيفة للموقع بعد تعطيل الموقع الخبري الصغير بسبب عرضه صورا مثيرة للجدل، لأسرى أمريكيين حيث ظل هذا الموقع (.www.yellowtimes.org) معطلاً لعدة ساعات دون تحذير، كما أغلقت مواقع أخرى عربية وإسلامية، وقيل أن السبب وراء حملة التفتيش هو (احتجاج منظمات يهودية وصهيونية على مواد محرضّة ضد اليهود في العالم .(15)

ولم تكن هجمات القراصنة والهاكرز كما اعتادت لغة الأنترنت على تسميتهم، هي ردود الأفعال الغاضبة الوحيدة على شكل مضمون تغطية الموقع للحرب على العراق، بل امتدت هذه الضغوط لتطال مجموعة من كبريات مواقع الانترنت العالمية الأمريكية التي اعتذرت عن عدم نشر إعلان يتعلق بإطلاق الجزيرة نت موقعها الإنكليزي .

والملاحظ مشاركة (إسرائيل) في حرب الأنترنت من خلال عملهم مع ناشري مواقع الأنترنت، وشركات تقديم خدمات الانترنت بالدولة لضمان عدم نشر المعلومات الحساسة، والمتعلقة بالحرب ومن ضمنها الأماكن المحتملة لسقوط الصواريخ .(16)

وإذا كانت حروب الإنترنت قد نشطت قبل الحرب وبعدها، فأن حرب رقميّة جديدة بدأت هي الاخرى تساهم في تنميّة الحرب الإعلاميّة وإشتعالها، وهي حرب الصحافة الإلكترونيّة، حيث أعطت هذه الأزمة، لهذه الصحافة الوليدة بعدا آخر، خاصة أثناء غزو العراق ،فشهدت هذه الصحف رواجا كبيرا في عدد القراء، ومتابعة واضحة لأخبارها وتحليلاتها وصورها عن الحرب،وهذا ما دفع بالشركات الأمريكية الكبرى إلى تعريب المواقع الالكترونية الكبرى كالسي أن بي سي (CNBC)، وموقع إم إس إن (MCN). وياتي هذا الرواج في سياق الثورة المعلوماتية الهائلة التي أتت عن طريق الانترنت، مؤدية إلى انفجار في المعلومات لم يشهد له العالم مثيل ، واكبه أيضا انتشار الصحافة الالكترونية العربية والتي لعبت دورا هاما هي الأخرى في الأزمات العربية الدولية، ومنها حرب إحتلال العراق.

غزو العراق وأسرار الأيام الاولى

اشتدت الحرب الإعلامية بين العراق و أمريكا، و هي معركة (تبادل فيها الطرفان اللكمات بالكلمة و الصورة)، و كان أبرز ورقة في هذه الحملة النفسية هم أسرى الحرب، سواء مئات العراقيين الذين قيل إنهم استسلموا للقوات

الغازية في الجنوب أو الجنود الأمريكيين الخمسة الذين أسرهم العراقيون إلى جانب صور قتلى أمريكيين، و إسقاط مروحية اباتشي امريكية من قبل فلاح عراقي، حيث تم استثمار هذه الاحداث لمصلحتهم، اضافة الى اخبار زعمت السلطات الامريكية انها عثرت على منشأة يشتبه في إنها مصنع لأسلحة كيماوية، فيما كانت قواتها تتجه الى بغداد، كما اثارت الشكوك حول الحالة الصحية لصدام حسين، بينما وصفت بغداد الجرائم الامريكية اثناء الحرب بانها (جرائم حرب)، و ان القوات الامريكية و البريطانية(تتكبد الخسائر في مواجهة المقاومة العنيفة التي تبديها القوات والحرس الجمهوري و المليشيات العراقية وحتى المزارعين العراقيين)، كما وصفت بغداد الاعداء(بالعصابة والمرتزقة)، وتوعدت(بقطع رأس الافعى الاميركية – البريطانية،)، كما اعلنت عن العثور على(صاروخ اسرائيلي سقط على العراق)، وبث تلفزيون بغداد الحكومي في 24 مارس 2003 صورا للجنود والمدنيين العراقيين وهم يبحثون على ضفاف نهر دجلة عن طيارين بريطانيين، قيل انهما هبطا فوق بغداد. وكل هذه الصور و الأخبار تأتي في سياق الحرب النفسية بين العراق و التحالف الدولي. (17) حيث استعدت الولايات المتحدة الأمريكية لحرب إعلامية موازية للضربات العسكرية، فتم حشد جيش من الصحفيين المزروعين على ظهور الدبابات لينقلوا رواية من جانب واحد فقط في الجبهة، في سابقة لم يشهد لها تاريخ المهنة الصحفية مثالاً، و المعادلة إتضحت للكثير من الذين رأوا ((جنديين)) على ظهر دبابة واحدة، أحدهما يحمل قاذفة قنابل، والآخر يحمل كاميرا. (18)

ويشير الصحفي روبرت فيسك من صحيفة الاندبندنت البريطانية في 2003/2/25 في أن (شبكات ال (سي إن إن) و ال (سي بي سي) و ال (أي بي س) و(صحيفة نيويورك تايمز) وافقت على تواجد مسؤولين من مشاة البحرية الأمريكية بغرفة إخبار تلك الشبكات في ولاية أتلنتا الأمريكية ،للموافقة على مسودة تقارير مراسيلها قبل إذاعتها أو نشرها). (19)

ومنذ اليوم الأول للحرب بدأت الحرب النفسيّة، وبدأت معها حملة الكذب والتلفيق، التي تدارمن خلال (مركز التأثير النفسي والخداع) التابع لوزارة الدفاع الأمريكية ، وتمّ تصوير الحرب على العراق على أنها(حرب نقيّة تستهدف أركان النظام و ترسانته العسكرية) وراج في اليوم الأول لاحتلال العراق معلومة (باحتمال مقتل الرئيس العراقي و أبنائه و مساعديه) أثر ضربة جوية في منطقة المنصور في بغداد،وأعلن توني بلير في بداية ابريل عام 2003 بأن العراقيين قتلوا الأسرى البريطانيين،وأعلنوا أنهم دخلوا البصرة وأسروا قائد الفرقة العراقية في البصرة، وسرعان ما تم تكذيب الخبر من قبل لواء الفيلق من داخل مدينة ام قصر في قناة الجزيرة الفضائية،وتم بث صور الأسرى العراقيين، و تضخيم أعدادهم لخلق حالة اليأس و الانهزام في صفوف الجيش العراقي.

ويشير كتاب إقدام على النار: الإعلام بعد feet to the fire –the media 9/11 (afire 9/11) على إن الإدارة الأمريكية الحالية سيئة،وإن الإعلام الأمريكي متواطئ معها، وإن الشعب الأمريكي أوالمتلقي الأمريكي ضحل الفكر،والمعرفة،وما جرى في الحرب ضد العراق إعلاميًا، هو قصص ملفقة و خداع المتلقي،وتضليل للمعلومات.(20)، واعترف كريستيان الموظف الاستخباري في وزارة الخارجية الأمريكية بأنه خضع لضغوط من أجل (تعظيم مخاطر الترسانة العراقية من أسلحة الدمار الشامل)،وأعترف(اليستر كامبل) مستشار رئيس الوزارة البريطاني توني بلير بأنه ارتكب خطأ كبير هو(سرقة تقرير أعده أحد الطلاب العراقيين ونسبه لأجهزة الاستخبارات البريطانية).

ومع بدء الحرب، بدأت حرب قتل الصحفيين والمراسلين العرب والأجانب، ولم يكن قتلهم بدم بارد في بغداد من قبل الولايات المتحدة الأمريكية مجرد (خطأ)، كما يحلو للإدارة الأمريكية أن تسوقه من خلال رسائلها الإعلامية،والناطق الرسمي باسم البنتاجون أو الخارجية الأمريكية،أو البيت

الأبيض،وإنما يأتي في سياق تكميم الأفواه وإخفاء الحقائق،وهذا ما تجسد من خلال تصريح كريغ كويغلي نائب مساعد وزير الدفاع الأمريكي (أن المراسلين الذين يختارون ملاحقة الأخبار في الجانب العراقي سيكونون عرضة للقصف الأمريكي، فإذا كان هناك هدف مشروع إلى جانب مركز التسهيلات الإعلامية فإن ذلك يعوق صواريخنا عن الوصول للهدف المشروع بغض النظر عما قد ينتج عن هذا القصف)،وهذا ما حدث بالفعل،حيث قصف مقر المراسلين في وزارة الإعلام العراقية، والمركز الصحفي في فندق ميرديان فلسطين، وقناة الجزيرة في البصرة وبغداد، وقناة أبو ظبي،وبلغ عدد الصحفيين الذين قتلوا أثناء الحرب سبعة عشر صحفيا وذلك حتى الخامس والعشرين من أغسطس 2003. والملاحظ إن الأخبار كانت تدار من قبل رجال الحرب النفسية، من الإستديوهات الخاصة بالتلفزة والإذاعة ، لتوجيه ألأخبار، ووكالات الأنباء ، ومراسلي الصحف الميدانيين، من خلال مواقع في استديو السيلية القطري - الأميركي، الذي جُهزَ بأحدث ما تملكه استديوهات هوليوود من وسائل وأجهزة التشويش والتشويه والحيل السينمائية، للتمكن من إنتاج وسائل إيضاح الحرب النفسية التي تناقلتها وسائل الإعلام من المركز المذكور.

كما شهدت الساحة الأمريكية والبريطانية هجوما عنيفا على وسائل الإعلام العربية،حيث اتهم نائب وزير الدفاع الأمريكي وولفويتز المسئول الأول للمخطط الأمريكي في العراق هذه الوسائل بنشر (تحقيقات كاذبة ومواقف متحيزة تحرض على العنف ضد قواتنا) , كما هدد الحكومة العربية التي تقف وراء القنوات العربية قائلا : (على الحكومات أن تتوقف وتدرك أن الأمر ليس لعبة وأن ذلك يهدد حياة القوات الأمريكية)،واعترفت قناة (فوكس نيوز) بأن العرب استطاعوا أن ينافسوا القنوات الغربية لأول مرة في تاريخ الإعلام المرئي العالمي، وأن يفرضوا صورتهم حتى على الغرب.(21)

وفي جبهة الجنوب ، وبالذات مدينة أم قصر والبصرة،بدأت القوات البرية الأميركية والبريطانية الزحف على المدينتين بأوقات مختلفة، ومعها حملة إعلاميّة إستعملت فيها فنون الحرب النفسية ، فأظهرت اللقطات الآولى التي بثت عبر الأقمار الصناعية الى الوكالات أسرى من العراقيين، قيل إنهم إستسلموا للقوات الغازية، وتبين فيما بعد، إنها (فبركة) إعلاميّة، تم صناعتها قبل الحرب، حيث ظهر الأسرى بملابس عسكرية أنيقة، وبأرتياح واضح،ومعنويات عالية، لاتدل على إنهم كانوا يحاربون! . ثم بدأت مرحلة أخرى للحرب النفسية، وهي(حرب المناشير)، حيث تم إلقاء عشرات الالآف منها بعد تأخر دخول القوات البريطانية إلى وسط البصرة، والسيطرة على هذه المدينة التي تعد ثاني أكبر مدينة عراقية، بسبب المقاومة العنيفة،وتدعوهم إلى الاستماع إلى إذاعة (النهرين) للحصول على معلومات مهمة وعاجلة كما جاء في المنشور. وتحاول أن تعيد الثقة بها (هذه المرة سوف نبقى معكم))، و هي إشارة إلى الأهالي بأن القوات المحتلة لن تخذلهم مرة أخرى كما خذلتهم عام 1991. وتكريس المعنى الإيجابي للغزو ((أيها الناس في البصرة، نحن قادمون لتحرير العراق، و عدونا هو الحزب و ليس الشعب، نحن في حاجة إلى مساعدتكم للتعرف على العدو، و لإعادة إعمار العراق)، وكان لون المنشور يعطي لونًا إيحائيًا، و هو اللون الأخضر، لحب أهالي الجنوب له لارتباطه بمعتقداتهم الدينية و المذهبية.وفي المقابل عمدت وسائل الإعلام الأمريكية إلى تكرار بث صور عملية سيطرة القوات الأمريكية على مكان غير معروف في جنوب العراق وإطلاق النار، والهجوم بالقنابل الحارقة، وخروج عنصر من القاتلين العراقيين.و تطورت تقنيات التغطية التليفزيونية للحرب إذ قام المذيعون بالتعليق بصوت شديد التأثر على صور الفيديو عبر الهاتف، لتقدم المدرعات في الصحراء على خلفية الحرائق و الغبار.(22)

وأستخدمت وسائل الإعلام الأميركية جيوشاً من المتعاملين معها، الذين يتم تسويقهم تحت مسميات : محلل سياسي ، خبير عسكري ، عقيد أو عميد أو لواء أو فريق متقاعد ، باحث في الشؤون العربية والعراقية ، ناشط سياسي عراقي ، زعيم حزب عراقي معارض ، ديبلوماسي عراقي سابق ، داعية حقوق إنسان ، كاتب وإعلامي.. الخ.

وعند إحتلال بغداد تم فبركة مشهد سقوط تمثال صدام بين قناة CNN والقوات الأمريكية على الهواء مباشرة، حيث تم إحضار عدد من الأشخاص للقيام بإسقاط التمثال، بهدف تكريس الصورة في ذهن المواطن الأمريكي والغربي، بأن أمريكا جاءت بالفعل لتحرير العراق من صدام حسين، وهذا ما أكده عسكري أمريكي في قناة CNN و Show time، حيث قال أن الهدف الرئيسي من هدم تمثال صدام حسين هو: أن نترك الإعلام ليقوم بوظيفته to let the media do their thing، الأمر الذي يشير إلى أن الهدف من إسقاط التمثال هو الترويج إعلاميًا لعملية (تحرير العراق). و لتنفيذ هذه الخطة كان لابد من قصف فندق فلسطين، لإجبار الأعداد الكبيرة من الصحفيين بترك الفندق، وسحب وكالات الأنباء والقنوات الفضائية، بحيث يصبح النقل المباشر لقنوات محدودة فقط، و لا ينقل إلا ما ترضى عنه قوات الاحتلال.(23)

و لخص كبار خبراء الإعلام و الصحافة في الوطن العربي اتجاهات الإعلام الأمريكي أثناءغزو العراق في النقاط التالية:

1-اتسمت المعالجة الإعلامية الأمريكية البريطانية للحرب بعدم دقة المعلومات، و السعي في إخفاء الحقائق، بقصد تحطيم معنويات الجانب العراقي.

2-اعتمد على مبدأ التخذيل من العدو، بمحاولة إعطاء أنباء مضلّلة لتضعفه نفسيًاَ ،وبطريقة شديدة البدائية.

3-الخلط بين مسألة إعطاء بيانات صحيحة عن واقع سير العمليات العسكرية وبين ما كانوا يتمنون حدوثه.

4-إخفاء الحقائق و المعلومات لتحطيم معنويات الخصم بأستخدام جميع أساليب الخداع و الكذب و التضليل، وما أعلنته أمريكا و بريطانيا في اليوم الأول للحرب من سقوط أم قصر والخسائر الأمريكية، و كذلك ادعائهم بأسر الفرقة العراقية(51) مشاة بالكامل، ثم تراجعهم بعد ذلك، يؤكد على الاستراتيجية الإعلامية الأمريكية المبنية على خداع الآخرين.

5-التأكيد على الجانب النفسي في الخطاب الإعلامي الأمريكي، و إعطاء دور واضح للحرب النفسية التي قامت أساسًاً على نظرية (الصدمة و الترويع)، لأن هدف هذه الحرب كانت تريد تدمير معنويات الجنود على المستوى الفردي من خلال إعلان سقوط القيادات العراقية، و قطع خطوط الإمدادات، وسقوط المدن بهدف استسلام الجنود، منطلقة من مبدأ الحرب النفسية المبنية على (أنهم يريدون كل شيء في كل وقت، و يستطيعون إجابة أي شيء و كل شيء في أي وقت). (24)

حرب الاذاعات السوداء

لا يمكن للمرء أن يتخيل وهو يستمع إلى الإذاعات الدولية الوافدة، كأذاعة لندن وصوت أمريكا، صورة المعلومات المتدفقة من هذه الاذاعات وعناصر تكوينها النفسي، إلا بالخروج بنتيجة جوهرية وهي إن هذه المعلومات الإعلامية (أخبار وتقارير وتحليلات) تستهدف بالدرجة الأولى (الجهاز العصبي) لأحداث الانهيارات العصبية، وتدمير العقل الانساني في محاولة شلة عن القيام بواجباته الرئيسية كالتفكير المنظم.

وتشير الدراسات العلمية المهتمة بالجانب البيولوجي وعلم السلوك إلى تأثير تدفق المعلومات من وسائل الإعلام على الأنسان فسيولوجياً ونفسياً، وذلك من

خلال رد الفعل للتنبيه الزائد حيث لا تنعكس تلك التأثيرات على النشاط الكهربي للمخ وحده، ولكن أيضا على وظائف الجسم الأخرى مثل ضغط الدم، وضربات القلب، وسرعة التنفس، وشد العضلات، وافراز الادرينالين. ولهذا يكون للمغزى السيكولوجي تأثير حاسم على الاستجابات الفسيولوجية.(25)

ويمكن بروز هذا التأثير القوي في الحرب الدعائية الاذاعية بسبب طبيعة هذا الجهاز تكنولوجياً، وما يسببه من تأثير على المستمع لامتلاكه القدرة على تجاوز المسافات، واختراق الحواجز، اضافة إلى الاعتبارات الأخرى، كإزدياد اعداد أجهزة الراديو، والاستخدامات الواسعة للموجات القصار، وسرعة وصول المعلومات للمتلقي بعد دقائق من وقوعها.لهذا كان اختراع الراديو في أعقاب الحرب العالمية الأولى هو الدخول الى عصر جديد، ومرحلة خطيرة في الاعلام والتوجيه والحرب النفسية، حيث استخدمت الاذاعة أثناء الحروب الكبيرة لأغراض الدعاية ونشر الشائعات، استخداما فعالا إلى أبعد حد، وتأكد بذلك ما للصوت البشري من قدرة على اضفاء حيوية فائقة على الحوار والمناقشات والتعليقات لا يمكن أن يتوفر بأي حال من الأحوال في أي نص مطبوع. ولذا فإن الكثير من الباحثين يعتقدون (بأن هتلر وديغول لم يكن يتاح لهما أن يلعبا الدور التاريخي الذي قاما به بدون الراديو).(26)

وقد أستعملته الولايات المتحدة الأميركية بفعالية في حروب العراق(حرب الخليج الاولى والثانية وحرب غزو العراق) نظراً لضرب الطاقة الكهربائية منذ اليوم الأول للحرب، وإضطرار الجمهور العراقي للإعتماد على الراديو كمصدر رئيسي للأخبار والمعلومات، وكذلك إستعمل في حرب أفغانستان،حيث قامت القوات الأمريكية بإسقاط مئات من أجهزة الراديو على الأراضي الأفغانية كجزء من العمليات النفسية التي تشنها على الشعب الأفغاني، وقد تم تصميم تلك الأجهزة بحيث لا تحتاج إلى بطاريات أو إلى الكهرباء من أجل التشغيل، وقد صمم هذا الجهاز بحيث لايلتقط إلا بث القوات الأميركية،ويصل البث إلى هذه

الأجهزة من خلال طائرات commando Sol EC-13 ، والتي تمتلك القوات الأمريكية ست طائرات منها كلها تابعة للمجموعة (193) المتخصصة في العمليات الخاصة ،والتي تركز أنشطتها في العمليات النفسية ،وهذه الطائرات عبارة عن مركز متنقل للإذاعة والتليفزيون وتستطيع بث نشراتها عبر موجات AM,FIN ,HF وموجات التليفزيون والقنوات العسكرية، وكان هدف هذه الأجهزة إضعاف معنويات الشعب الأفغاني وتدمير أعصابه , أو كسب تأييده كما أنها تبث أيضا برامج خاصة للقوات الأمريكية نفسها من أجل رفع معنوياتها ،كما استعملت هذه الأجهزة في حرب فيتنام كأسلوب للحرب النفسية حيث تم إسقاط أكثر من 8000 جهاز عبر فيتنام الشمالية عام 1967 .(27).

والملاحظ أن الاذاعات الدولية ، وخصوصا (إذاعة لندن وصوت أميركا)، ارتكزت في صناعة العملية الدعائية الاذاعية على الاستفادة من علم النفس، حيث الخبر الإذاعي المصنوع في المختبرات النفسية بقصد (احتلال النفس) وتدميرها. ويمكن تحديد العناصر الرئيسية للتخطيط الدعائي للإذاعات الغربية والأميركية، والتي تشترك معاً في المفاهيم الدعائية العامة في توجيه الخطاب الدعائي ضد العراق بما يأتي:

1. **اختيار الحقائق التي تتفق مع غرض الدعاية وأهدافها،حيث يتم انتخاب مجموعة قليلة من الحقائق التي ترد إلى أجهزة الاعلام، كالأخبار والمعلومات لإذاعتها من باب(الموضوعية) لجذب المستمع والتأثير عليه، وكثيرا ما تقوم إذاعة لندن بقول الحقيقة للمستمع، ولكنها تنسفها بالديناميت بطريقة خبيثة باستعمال المفردات الخاصة بها للتشكيك بصدق حقيقة الخبر أو تشويهه.**
2. **التكرار لجمل معينة ومنتقاه نفسياً، يراد منها تعميق الفكرة الدعائية وترسيخها في ذهن المستمع، وإثارة القلق في داخله، وزرع اليأس والخوف في حاضره ومستقبله، ولعل تركيز الإذاعات المعادية يوميا على**

التفوق العسكري الأميركي وتكراره، وكذلك الحشود للأساطيل، هي للضغط النفسي على القيادة العراقية، وارعاب المواطن لقهر معنوياته.

3. تضخيم الوقائع وتشويهما، خاصة في الأخبار، والتي يراد منها مقاصد مختلفة كخلط الأوراق أمام المستمع، وإثارة القلق في داخله، وزرع اليأس والخوف في حاضره ومستقبله.

4. نشر الاشاعات المختلفة التي تتضمن مضامينها أفعالا دعائية يراد منها البلبلة وتعميق النظرة الإنهزامية، واضعاف معنويات المقاتلين والمدنيين على السواء، ويمكن التنبيه إلى أنواع هذه الاشاعات المتداولة في الإذاعات الدولية من خلال تحليل لمضامين هذه الدعاية:

أ. اشاعات المعنوياتن بقصد تدميرها، كنشر الأخبار والتحليلات التي تؤكد التفوق التكنولوجي العسكري الأميركي، وقدرته على حسم المعارك بساعات فقط.

ب. اشاعات الآمال الخادعةن بقصد خلق عوامل التراخي واضعاف عزيمة الشعب والجيش ازاء أهدافه الأساسيةن وربما يكون هذا النوع من الاشاعات هو مجرد (فخ) للتمهيد للعدوان. فالتلويح بالخيار الدبلوماسي وتكراره من قبل الإذاعات الدولية قبل الحرب قد خبئ مقاصد خبيثة للضربة السريعة.

ت. اشاعات لتمزيق الوحدة الوطنية، واحداث الوقيعة بين فئات الشعب المختلفة لتحويل الصراع من مواجهة العدو في الخارج إلى المواجهة الداخلية،وكذلك تمزيق الوحدة بين الشعب القائم على (التحريض) و(افتعال الأحداث) و(إثارة الطائفية). ولعل اللغة الدعائية العامة لهذا النوع من الاشاعات تركز بالدرجة الأولى على الفصل بين الفعل الدعائي الموجه للقيادة، والفعل الدعائي الموجه للشعب بقصد الوقيعة.

وقد استعملت الإذاعات الدولية وخاصة اذاعة (صوت امريكا) أسلوب الحرب النفسية في مضامين دعايتها الموجهة للعراق لتغيير الاتجاهات وأنماط السلوك الفردي والجماعي، وتبديل بنية الفرد (الإدراكية) عن طريق عاملين رئيسيين هما:

1. محاولة استيعاب الخبروالمعلومات من قبل أجهزة حواس المتلقين لضمان نجاح الدعاية وانتظامها، ونجاح برامجها ومنهجها. لذلك حرصت هذه الاذاعات على تقوية بثها الموجه للعراق، أثناء الحرب، طيلة ساعات اليوم وعلى موجات مختلفة (القصيرة والمتوسطة).
2. خلق التنوع في المادة الدعائية بما يجعل الاستيعاب لها جزءا من البنية الإدراكية، وبما يجعل انتقائية المادة مستجيبة لانماط اهتمامات الفرد.

فالملاحظ أن (اذاعة لندن) اهتمت بالخبر والتعليق أكثر من الفنون الإذاعية الأخرى، بينما كانت اذاعة (صوت أمريكا) تميل إلى التفسيرات والشروح في الدعاية، فهناك تنسيق بين الاذاعتين بما يخص العراق بحيث نجد معظم الأخبار متشابهة في المضامين، ولكنها مختلفة في كتابة صناعة الخبر وأساليبها الفنية.

ويمكن الاشارة هنا إلى اهم خصائص الاذاعات الدولية المعادية:

(1) محاولة تحقيق المصداقية: تصف الاذاعات المعادية مفاصل القول وصفا دقيقا تملأ فجواته بعبارات من هنا وهناك، لتوحي بذلك إلى مستمعها انها لا تقول الا الصادق من القول.

(2) الإشارة إلى مصادر مزعومة: تكثر الاذاعات المعادية من ذكر (أفاد قادمون وقال (شاهدون عيان) و(ذكرها هاربون) من دون أن يعرف المستمع من هؤلاء القادمون أو الشاهدون أو الهاربون. وفي هذا الخلط

بين ذكر المصدر وعدم تسميته، تحاول الاذاعة المعادية أن توهم المستمع بالصدق من دون حقيقة يمكن الرجوع إليها.

(3) الإيحاء بالحياد في القول: تذهب الاذاعات الدولية إلى القاء اللوم على بعض المسؤولين في بلدانها ،وابراز بعض صفحات النقاش والمعارضة في الرأي، لتوحي إلى المستمع أنها تقول مالها وعليها، وكأنها تقف بعيدا عن الصراع، ثم كأنها حكم منصف على المواقف من دون انحياز لجهتها التي يمثلها.

(4) الذاكرة الخبيثة: تحافظ الاذاعة المعادية بدقة على ترابط أقوالها ،مع تطعيم السابق من القول بلاحق جديد يثير ذاكرة المستمع بما سبق قوله، ليظل على صلة دائمة مع القلق. فهي لا تغادر ما سبق قوله إلى غير رجعة، إنما تعتمد إلى الفبركة ومقابلة القول بألفاظ جديدة طبقا لما تؤثر به الكلمات الجديدة في ذهن المتلقي.(28)

إن الإعلام الأذاعي المعادي المتنوع في مضامينه وأساليبه واتجاهاته الفكرية المتناقضة حاول جاهدا أن يؤسس في حرب الخليج الثانية، وحرب إحتلال العراق، نمطا إعلاميا مكثفا في توجهاته الدعائية النفسية بقصد احتلال النفس وتدميرها، وخلق أنماط جديدة في التعامل مع الأخبار والمعلومات.

صناعة الاشاعات وتلغيم الأفكار

منذ تأسيس الإذاعات الدولية ما بعد الحرب العالمية الثانية بدأت ظاهرة الاشاعات كنمط دعائي ونفسي تحتل حيزا كبيرا في الأجهزة الدعائية والاستخبارية للغرب، بقصد تحقيق أهداف محددة، تتمثل في تمرير المعلومات كبالونات الاختبار،واحداث الخلل في الجهاز العصبي للانسان من أجل تدمير ذاته ومعنوياته، وجعله في حالة مرضية بسبب القلق والكآبة واليأس الذي

تحدثه أنواع الاشاعات الموجهة للجمهور.وكانت الاشاعات في تجارب الاذاعات الدولية تشكل محورا مهما في عملية الاتصال الدعائي وغسل الدماغ، واستعملته الإذاعات في وقت الحروب والأزمات، حيث تفننت بصياغة أنماط مختلفة من مضامين الاشاعات وأساليب صياغتها في جوانبها السياسية والعسكرية والنفسية والاجتماعية.وإذا كانت الحروب في التجارب العالمية تشكل ميدانا خصبا لانتشار الاشاعات وتضخيمها سواء في الاتصال المواجهي أو في الإذاعات، فإن ما بعد الحرب أو ما يسمى على (هامش الحرب) هي من الأوقات الأكثر خطورة لنمو الاشاعة وانتشارها،ومن ثم تضخيمها بطريقة أفقية تسمح بأفتعال اشاعات جديدة بحيث يصبح الوسط الاجتماعي ملغوما بأفكار وحكايات تصل إلى حد الخيال.

إن صورة الاشاعات التي تم ابتكارها من قبل الحلفاء ضد ألمانيا، وكذلك ضد اليابان وفيتنام في حروبها ضد أمريكا شواهد حية للسلوك غير الانساني للدول في تشويه الحقائق ومحاولة اذلال شعوبها بطريقة تدل على همجية التفكير، وعنجهية المبادئ التي تنادي بها هذه الدول،فالشعب الألماني الذي واجه غزو الاشاعات ما بعد الحرب لأذلاله وتعطيل فكره لزرع اليأس، ومنعه من مواصلة العمل والحياة، وكذلك الشعب الفيتنامي، وهو يواجه الاشاعة الأمريكية السوداء لسلب روح الصمود والانتصار، إنما تمثل هذه النماذج والتجارب صورة حقيقية لما يجري داخل الدوائر الدعائية والسرية لابتكار الاشاعات التدميرية في جوانبها السيكولوجية والحياتية.

وإذا كان العراق قد واجه حروب عسكرية وسياسية واقتصادية بمعناها الشامل، فأنه واجه أخطرعملية على مستوى العمل الدعائي المنظم، والحرب النفسية الشاملة وفي صناعة الاشاعات التي تم اغراق الاذاعات بها كأسلوب مساند للعمل السياسي والعسكري والنفسي.

فهناك اشاعات منظمة تبث من خلال الاذاعات الدولية، وهي من ناحية المضمون متنوعة الأفكار، متلونة الأهداف والمقاصد، تخفي في مضامينها حقائق مشوهة للتحريض، قريبة من فكر المتلقي، قابلة للتأويل والتضخيم، مليئة بالايحاء الرمزي،لغتها واضحة ملغومة بالوعي الشعبي بقصد التصديق،وأفكارها غير مقطوعة فهي تتصل بسلسلة من الاشاعات الأخرى.

أما من ناحية الصناعة الأسلوبية، فهي محتالة المصدر، ومشوهة الحقيقة، ومتحذلقة في صناعة الحكايات، أسلوبها مباشر يغري الجاهل بالحقيقة لأنها تعتمد على علم النفس، لذلك فصناعة الاشاعة قد تتفوق على أفكارها لكي تكون أكثر اقناعا للجمهور.

والاشاعات بشكل عام تتسم بصفة التناقض، فهي تروج في الظروف الملائمة للموضوع، ثم تنتهي بموتها ودفنها، وقد يكون بعضها لا أساس له مطلقاً، وقد تعتمد على جزء من الحقيقة فيها لخلق كيانها وترويجها، لهذا ينبغي التفريق بين الخبر والشائعة، وهناك من يعتقد بأهمية الحدث في الاشاعة مع ضرورة توافر الغموض فيها، حيث ينشأ في هذا الغموض عندما يصل الخبر محرفاً أوعندما يصل إلى الجمهور أخباراً متناقضة ،أو إذا عجز الجمهورعن فهم هذه الأخبار، فالغموض وجهل الجمهور بدلالات الأخبار ودوافع القلق والخوف، كلها عوامل لانتشار الاشاعات.

ويمكن القول أن الاذاعات الدولية المعادية ساهمت بشكل منظم في نشر اشاعات الحرب التي كان ابراز أهدافها ،هو اشاعة الارتباك والحيرة واضعاف الروح المعنوية ،حيث كان أبرز سماتها: قصص مختصرة وقصيرة سهلة الترديد، تتسم بالغموض في دلالاتها والبساطة في فهم مضامينها، تقوم على استراتيجية فرق تسد، للجبهة الداخلية واستراتيجية (الرعب) لأضعاف المعنويات.فإستخدام الاشاعات في حرب الكلمات الاذاعية قام على تكوين نماذج

من الأساليب لاختراق جبهة الفرد والدولة، كما قام على اساس اختيار الوقت المناسب ودوافع الاشاعة، وبواعث الدوافع النفسية ويمكن ايجاز أبرزها:

أولا: الشائعة التي تستخدم الزمن كمعيار لأختراق الوسط السياسي والاجتماعي ،حيث قامت الاذاعات المعادية الموجهة للعراق بتوجيه أكثر من نوع من الإشاعة أهمها:

- الشائعة الزاحفة التي تتسم ببطئ تأثيرها المباشر على المواطن، وتعميقها لاتجاهات عدوانية، هدفها تشويه سمعة القيادة والتحريض ضدها من خلال قصص خيالية ووهمية ثم القيام بتغذية هذه الاشاعة باستمرار حسب الظروف.
- شائعات العنف التي تحاول تنمية القيم العدوانية لدى الفئات غير الواعية، والتي تروج مفاهيم خاطئة وتعمقها في ذهن الجمهور، ولأن هذه الشائعات تبدأ بشحنة كبيرة فأنها تثير العمل الفردي، لأنها تستند إلى العواطف الحياتية من الذعر والغضب وتخاطب العقول الجاهلة.

ثانيا: الشائعات التي تعتمد على أساس الدوافع، والمتضمنة عوامل الكراهية والرغبة والخوف. ومن أبرز أنواعها:

- الشائعات الوهميّة التي تعبر عن (خوف) وليس عن (رغبة) كإعطاء أرقام خيالية عن قتلى الحرب لنشر الذعر بين أهالي المقاتلين.
- الشائعات التي تهدف إلى الفرقة والانفصال من خلال مخاطبة الغرائز وهدفها تفتيت الوحدة الوطنية حيث تعتمد الدوائر السرية العامل الطائفي لشق وحدة الشعب وتدميره.

ثالثا: الشائعات كنمط أسلوبي في اختيار الكلمات، وأبرزها:

- اشاعات التفتيت من أجل تدمير الروح المعنوية، لذلك استخدمت الاذاعات المعادية أسلوب خلط الشائعات المتشائمة بالشائعات المتفائلة، أي

ابراز معنى (الابتهاج) و (اليأس) معا بقصد خلق الحيرة والقلق لدى المواطن، وجعله غير قادر على التمييز بين الخبر الصادق والكاذب.

- استخدام الشائعة كستار دخان وذلك بإخفاء الحقيقة من خلال الاشاعة وتمرير المعلومات المضللة بقصد صعوبة تمييز الحقيقة من الأخبار الكاذبة.
- استخدام الاشاعة للحط من قيمة مصادر الأنباء ومحاولة تضليل الجمهور بالأخبار ،وجعله يعتمد على مصادر محددة لشل تفكيره.

ان استخدام الاذاعات الدولية الناطقة باللغة العربية لنشر الاشاعات الكاذبة وتضخيمها ،ومحاولة ابرازها كحقائق في تدعيم سياستها الدعائية، انما يؤكد دور الاشاعة في الحرب النفسية للتأثير على الروح المعنوية في جبهة الوطن.فالإذاعات الدولية السوداء تعمدت بشكل منظم قبل وأثناء غزو العراق وما بعدها على ابراز الاشاعة كأحداث واقعية، وأبرزت من خلالها مضامين تخريبية لتفتيت جبهة الوطن، وتشويه ذاكرة المواطن، وتدمير وعيه والسيطرة على سلوكه. وقد أستغلت النقص في المعلومات لدى المواطن العراقي على نشر الاشاعات، لأن الإعلام الذي لا يأخذ (حاجات الجمهور النفسية بعين الاعتبار ينبذه الجمهور بكل بساطة. فأما ان يتجهوا إلى مصادر أخرى،وأما أن يكون اعلامهم الخاص على شكل اشاعات)(29)

وكان اغراق الاذاعات الدولية المعادية بالاشاعات التي تأخذ صيغة الاخبار تارة، والتقارير تارة أخرى، تتجه في حرب إحتلال العراق إلى جبهتين، جبهة الحرب والجبهة الداخلية.فإشاعات جبهة الحرب الموجهة للمقاتلين كانت تثير جوانب عسكرية وميدانية وانسانية لها بعدها العاطفي، هدفها سرقة روح النصر والصمود،وقتل الروح المعنوية للمقاتلين من خلال اشاعات وهمية وتمويهية تتعلق بالانسحاب ،وتفاصيل ميدانية بتحركات القوات العسكرية،

وإعداد الأسرى وتضخيم القدرات المعلوماتية ،وتذكير المقاتلين بمصير أهلهم في الجبهة الداخلية نتيجة القصف المعادي.وكانت هذه الاشاعات تتجه في مسارها العام إلى تدمير شخصية المقاتل وابعاده قدر الامكان عن ميدان المعركة، بل أن الكثير من هذه الاشاعات كانت تريد تحقيق نمط نفسي له بعدان: قبوله بحالة اليأس كواقع ميداني بأعتباره حالة مزرية تعتمد على مبدأ الغربة مع الذات والآخرين من جهة، وتدمير الذات بفعل متناقض يمتزج فيه الوهم مع العاطفة من جهة أخرى.أما اشاعات الجبهة الداخلية فإنها كانت في أبعادها العامة(تحريضية) وأهدافها قتل المعنويات واليأس من المستقبل، حيث كانت تنشر حكايات ملفقة ذات أبعاد سياسية واجتماعية وعسكرية واقتصادية تقترب من ذهنية الجمهور، وتكون مصداقيتها قريبة من الواقع الميداني والحياتي للمواطن.

إن صناعة الخبر فن وعلم في أدبيات الإعلام،ولم تعد هذه الصناعة مجرد نقل المعلومات من مصدرها إلى المتلقي، وإنما أصبحت في عصر التكنولوجيا المعلومات والإعلام تعتمد على مناهج العلم المختلفة، ومنها علم الفلسجة والتحليل النفسي، بقصد تحقيق أكبر قدر من التأثير النفسي على المواطن. فالاعلام المعاصر هو خبر متنوع المضامين في أهدافه الدعائية، ومتعدد العناصر، لذلك فإن مكانته ودوره أضحى في المفهوم الإعلامي مادة أساسية في تشكيل العمل الدعائي، حيث أخضع الخبر لمختبرات علمية لقياس تأثيره بعد أن أخضع هو الآخر لعمليات تحريرية مختلفة، وأضحى بمفهومه الشامل عمليات نفسية واجتماعية وفسيولوجية لتحقيق هدف محدد.وإذا كان نظام الخبر وعناصره يختلف من عصر إلى عصر، ومن نظام سياسي إلى نظام آخر كما طرحتها الأدبيات الاعلامية،فأن الثابت إن هناك عناصرجديدة دخلت عمليات صناعة الخبر، كما تطورت الأساليب التحريرية والمضمونية بأبعادها اللغوية والنفسية ،بل أن هذه الصناعة أصبحت من التعقيد ما يجعلها أكثر غموضا في

أهدافها الدعائية وفي عمليات تغيير اتجاهات الرأي العام.وبإختصار فإن(الخبر) اخضع لعمليات جديدة معقدة ،تبعا لتعدّد وظائفة الدعائية المعاصرة، واخضاعه للمناهج العلمية المتطورة، بحيث أصبح الآن يشكل دعامة أساسية في عمليات التخطيط للحرب النفسية في وسائل الإعلام المختلفة، بل أنه يمكن القول أن عصرنا هو عصر الخبر بمفهومه الشامل.

وقد وظفت الأجهزة الأمريكية والغربية الخبر في عملياتها الدعائية والنفسية والتي استهدفت اختراق العقل البشري، وتغيير اتجاهاته، بما يتلائم وأهدافها السياسية، فالخبر في الحرب كما تعبر عنها تجارب التاريخ الحديث والمعاصر، نمط دعائي ملغوم بأحدث نظريات (الرعب النفسي) المتكونة من عدة مدارس نفسية، فهي تستمد عناصر تكوينها من نظرية فرويد الغريزية، وأدلر وقضية الذات، ويونج وطبائع البشر، وبافلوف وعصاب القلق والهستيريا والحوافز والدماغ. لذلك كان الخبر أحد الأساليب الدعائية البارزة في الحرب، وكان (غوبلز) يعتبر (الأخبار سلاح من أسلحة الحرب هدفها شن الحرب وليس اعطاء المعلومات)(30)

ان استثمار أمريكا والغرب لتكنولوجيا الاعلام والعلوم المتطورة، ساعدها على تضليل الرأي العام وتدمير عقولها، وتغيير الكثير من الحقائق من خلال عمليات غسل الدماغ القائمة على (المبالغة) و (الاثارة).وتجربة الاذاعات الدولية الناطقة باللغة العربية، ومنها اذاعة(صوت أمريكا) و(إذاعة لندن) في غزو العراق تعطينا الصورة الحقيقية لصناعة الخبر الملغوم بالديناميت الذي يهدف إلى تحطيم العقل العرقي، وتفتيت الشخصية من خلال عمليات نفسية منظمة أساسها نسف الواقع بالخيال والتمويه والخرافات والمبالغة والاستعاضة عنها بواقع ملغوم بالرعب والخوف.

ويمكن القول أن الخبر في الاذاعات شكل دعامة أساسية لجهاز الحرب النفسية الغربي وهي تخاطب المواطن العراقي، فأصبحت نشرات الأخبار مصدر

رئيسي للمستمع العراقي في اشباع حاجاته الفكرية والنفسية، لأسباب عديدة تتعلق بتطور صناعة الخبر في هذه الدول، وتلبيتها لحاجات المستمع اخبارياً ومعلوماتياً.

ان نقص المعلومات والأخبار في العراق، وضعف حق الاتصال، والمركزية الشديدة للإعلام، والرقابة الصارمة على الأخبار وتدفقها، عوامل جوهرية في انتشار الخبر الغربي، وانتشار الاشاعات في الوسط الاجتماعي لسكان العراق.فالصناعة الغربية لم تعد مجرد نقل وقائع ومعلومات للمواطن العراقي، وإنما أضحت عملية مركبة في عناصرها وأهدافها ووظائفها، ولم يعد الخبر يقتصر على وظيفته التثقيفية والتعليمية والترفيهية بأبعادها الانسانية ،وإنما أصبح (جهاز) تدميري ملغوم بأفكار منظمة بقصد تحقيق أكبر قدر من التدمير في الذات الانسانية، لذلك فإن أساليب الخبر تنوعت ومضامينه تعددت وفقا لجغرافية الخبر وزمنه وموضوعيته.فكان (الخبر) في حرب إحتلال العراق يشكل محورا مركزيا للعمل الدعائي المنظم، خاصة في الاذاعات الدولية، حيث اعتمد على أكثر من عنصر في صناعته أبرزها:

- بناء المصداقية لكسب المستمع بأيهامه بصدق الأخبار وتوسيع دائرة الجمهور، وقد أثبتت التجارب ان بناء المصداقية أساسي للدعاية، ومن نماذج هذا الأسلوب اذاعة لندن وصوت أمريكا سواء في الحرب أو في تجاربها القديمة حيث كانت (تبدأ كل نشرة اخبارية بإعطاء تقرير عن النكسات والخسائر البريطانية، وقد أدى هذا الأسلوب إلى بناء المصداقية عند أعدائها وعند الآخرين)(31)

- بناء اللغة باعتبارها أداة للتوصيل والتاثير، كونها (نظام من الأنظمة السيمائية، ولها ثلاثة أنواع من الأقوال: التركيبية والأقوال اللاتركيبية والأقوال المختلطة، تبني صلة القطعة بقطعة أخرى على عدم

الـترابط، أو الـترابط المتبـادل،أو الـترابط ذو الاتجـاه الواحـد، أو العلاقـة الموهمة)(32)

إن اسلوب الاذاعات في تعاملها مع لغة الخبر أخـذت أكـثر مـن صـيغة بقصـد تمويـه المستمع العراقي بالكلمات والجمل المقطوعة والأفكار الموهمة وعدم الـترابط في الأفكـار والمعلومات.

ويقرر العالم النفسي الروسي فيجوتسكي بأن(تدفق التفكير لا يصاحبه ظهور متـزامن للكلام، فالعمليتان ليستا متماثلتين، ولا يوجد تطابق جامد بين وحدات التفكير ووحـدات الكلام، فالتفكير لا يتم التعبـير عنـه في كلـمات ولكنـه يـأتي إلى الوجـود مـن خـلال هـذه الكلمات).(33)

كما إن الأخبار في حرب إحتلال العراق اتسمت بأكثر من سمة من الناحية المضمونية، نوجزها بنقاط مركزية أهمها:

1. الاثارة في الخبر ، وهو مبدأ ليبرالي استخدمه الجهـاز الاعلامـي الغـربي منـذ زمـن طويل في أيام الحـرب والسـلم، بقصـد جـذب المسـتمع وسـحبه إلى دائـرة الاهـتمام بمضمون الخبر،حيث تعتمد الاثارة كأسلوب للتأثير. مثال ذلك اعطـاء تفاصـيل مثـيرة عن معارك وحوادث لأشباع رغبات المستمع، وجعله يندفع لمتابعة الأذاعة باستمرار. وكلما كان موضوع الأخبار ووقائعها وتفاصيلها هامة ومثيرة لدى الجمهور كـان هـذا (الخبر مثار الاهتمام عن باقي الأخبار وهو الذي يعبر عنـه أيضـا بعنصرـ(الضـخامة) حيث يكون (جمهور) هذا الخبر أكبر حجما مـن جمهـور الخـبر الآخـر. والاثـارة هنـا تعني أمرين: حدث مشوق في تفاصيله، وصياغة أسلوبية مثيرة للخبر من قبل المحرر، وكثيرا ما تفتعل هذه الاذاعات الأحداث المثيرة وتجعل منها أهداف سياسية مقصودة من خلال تضمين هذه الأحداث الاشاعات الكاذبة.
2. الصراع في الخبر، وهو مبدأ يقوم على ابـراز حـالات الصراـع الانسـاني في مضـامين الأخبار وجعلها جزء من عملية التلقي السايكولوجية، فالحياة

الانسانية هي صراع، ولابد من اشباع رغبات المستمع بأخبار قصص الحروب والانقلابات والكوارث، وتقوم الاذاعات الدولية في مخاطبتها للمواطن العراقي بتغليف الأخبار بالصراعات والتناقضات وتعميقها بإتجاه أهدافها.

3. التوقع في الخبر، وهومبدأ يعتمد على الجانب النفسي، حيث يجعل المستمع أمام احتمالات وايحاءات لنتائج الخبر، وتقوم صياغة هذه الأخبار على اثارة الأسئلة وتحويلها إلى عناصر حياتية تعتمد القلق واليأس مرتكزات لها، لذلك اعتمدت الاذاعات المعادية عبر نشراتها الاخبارية على اثارة الاسئلة السياسية والاقتصادية وتلغيم أخبارها بمعلومات مضخمة نهاياتها مفتوحة لجعل المستمع العربي حالة الارتباك والقلق. ان تعمد الاذاعات في نشر أخبار التوقعات والنتائج ما بعد الحرب هدفه تمرير المخططات تحت ضغط الأمل النفسي والآمال الخادعة.

4-الغموض في الخبر، وهو مبدأ للتضليل وخلط الأوراق استعملته الاذاعات الدولية لتمرير الأهداف السياسية لأمريكا والغرب في العراق والمنطقة العربية.وكثيرا ما تعتمد هذه الأخبار صيغة المصادر المجهولة،والتلاعب باللغة،كما حدث في حرب إحتلال العراق.فالأخبار الغامضة كانت تروج في الظروف الغامضة أثناء الحرب لإحداث الشك وترويج الاشاعات، واثارة قلق الرأي العام ازاء الأحداث لتتمكن من تحوير فكره واتجاهه. فالتوجس في أدبيات علم النفس تعني خلق الخوف الحقيقي، وهذا هو قصد الخبر الغامض وهذا هو المقصود بأخبار الحرب النفسية.(34)

حرية(تكتيم الأفواه)

ان الرقابة العسكرية التي وضعتها الادارة الأمريكية على تدفق الأخبار والمعلومات، وطرد الصحفيين من مواقع العمل الميداني المباشر، وتضييق الحصار على حرية الرأي من خلال وسائل الاعلام، واعتقال عدد من المراسلين الصحفيين بسبب تغطيتهم لأنباء الحرب، وقتل المئات بدم بارد، تشكل بحد ذاتها ادانة شاملة للحرية المزعومة للنظام السياسي في اميركا والغرب، بل أنها تؤكد الصورة المشوهة لحقيقة ما يجري داخل أجهزة الاعلام الأمريكية والغربية من كذب متعمد وتشويه للحقائق بافتعال الأنباء وتحريفها بقصد تشكيل الوعي الشعبي من جديد.

ويمكن ملاحظة ميكانيكية الدعاية للتحالف العسكري التي تتعامل مع أنباء الحرب ،حيث أصبحت هذه الميكانيكيّة تشكل بمنهجها التفصيلي طرائق للتعامل النفسي مع الجمهور. ويمكن تثبيت أبرز هذه الطرائق:

- استعمال الستار الحديدي على الأخبار والمعلومات، وغلق المنافذ الإعلامية على مصادر الأخبار وجعلها أحادية الانتشار وأحادية التأثير.
- تضليل المراسلين الصحفيين بأنباء تتفق مع أهداف الخطة العسكرية، وخلق أنماط متشابهة للأخبار بحجة التفوق الجوي.
- حجب الأخبار والمعلومات بحجة متطلبات أمن القوات التي شاركت في العمليات العدوانية ضد العراق، وايجاد بدائل من الأخبار والوقائع تتفق مع مهمة الدعاية الأمريكية .
- ايجاد نظام دعائي يقوم بعمليات تضليلية للأخبار،وتحويلها إلى أفكارواشاعات لتشويه حقائق الحرب وما بعدها.

- خلط الأوراق عن حقيقة الموقف، بتمرير أكثر من خبر متنوع بعيدا عن ساحات القتال، كأخبار الدبلوماسية والسياسية، واختلاق المبادرات وآمالها الخادعة لتحويل بؤرة الاهتمام إلى مواضيع ثانوية.

لقد أضحى تعامل الرقابة العسكرية التي تفرضها القيادة العسكرية المشتركة على الصحافة وأجهزة الاعلام الأمريكية والغربية كثير الجدل والنقاش من داخل الدوائر الاعلامية المختلفة، وبين أوساط المجتمع الأوروبي حول (القيود الحديدية) و(الضغط الفكري والنفسي) ضد رجال الصحافة والإعلام، ويمكن الاستشهاد بأكثر من حادثة:

1. طرد القوات المتحالفة للعديد من الصحفيين من ساحة القتال بحجة خروجها عن تعليماتها.
2. الشكوى المستمرة للصحفيين من القيود على التغطية الإخبارية من الجبهة وقلة المعلومات المؤكدة من مقر القيادة.
3. الحروب الكبيرة بين الصحفيين وقوات التحالف في الخطوط الخلفية بين المراسلين، وضباط العلاقات العامة العسكريين، لأسباب عديدة أهمها التفرقة بين الصحفيين في الحصول على المعلومات من الميدان المباشر.
4. اعتقال عدد من المراسلين والمصورين من قبل السلطات العسكرية الأمريكية بسبب اعدادهم تقارير خاصة عن الحرب تدين الوسائل التي تستخدمها قوات (التحالف) ضد المدنيين في العراق.

ولعل توقف الكثير من الشبكات التلفزيونية ومحطاتها عن تغطية أنباء الحرب وخاصة المتعلقة بنشاط قوات التحالف يؤكد الخلاف الكبير بين فلسفة القوات المتحالفة في التعامل مع الأخبار والمعلومات من خلال هيمنتها على نظام التحكم الاخباري، وبين رجال الصحافة والاعلام الذين يبحثون عن الحقيقة في ساحات المعارك ويصطدمون بتضليل أجهزة دعاية قوات التحالف وأخبارها

الكاذبة، وكما عبر عنها مراسل واشنطن بوست وهو يتحدث عن الرقابة وطريقة عرض الأحداث في الحرب، حيث تتعمد هذه الرقابة بإعطاء صورة مشوهة وكاذبة للوقائع(فلا يسقط جندي واحد على شاشة التليفزيون)، وكأن الولايات المتحدة الأمريكية حريصة على جعل هذه الحرب المأساوية حربا نظيفة معقمة.

وأشارت الصحافية الأمريكية كريستينا بيرجسون مؤلفة كتاب (في قفص الاتهام : الإعلام الأمريكي بعد 11 /9) أن الإعلام الأمريكي في عهد بوش تحول إلى (دعائي) ينشر أخبار مزيفة تحت قناع الحقيقة لخدمة مصالح وأكاذيب تسوقها الإدارة الأميركية) (35)

ومن المؤكد ان الصراع بين رجال الاعلام وقوات التحالف يدحض الأفكار والآراء التي تؤكد مصداقية ما يدور في الحرب، وعلى مصداقية الاذاعات الدولية في تناولها لأبعاد الحرب، فالمرء لا يحتاج إلى الكثير من التركيز لمعرفة حقيقة ما يبث من هذه الاذاعات السوداء،وتشويهها للحقائق ، فالرقابة العسكرية تتحكم بمسار واتجاهات الخبر والتعليقات من الناحية المضمونية والنفسية، كما أنها تقوم بعملية حصار المعلومات الايجابية عن العراق، بل انها تتعمد تشويه الحقائق، بقصد تشويهها التي تتضمنها معلومات التقارير الواردة من العراق وخاصة المتعلقة بضرب المدنيين.

وقد امتدت الحرب ليشمل الإعلام العربي الحر ،وأهم مثال على ذلك محنة قناة الجزيرة والضغوط الهائلة التي تعرضت لها من طرف القيادة السياسية والعسكرية الأمريكية،ومن طرف بعض الحكومات الموالية لواشنطن مثل الحكومة العراقية المؤقتة ،حينما سلكت الجزيرة طريقاً تحريريا لا يتماشى مع رغبة السياسيين في واشنطن في احتكار الإعلام والمعلومات ، وذلك لأن مشكلة الجزيرة مع الأمريكيين كما يعتقد أحد الباحثين في مراكز الأعلام في اسكتلندا ، هي أنها حالت دون تطبيق هذا المبدأ ،من السيطرة على المعلومات

،وهذا ما يفسر قصف مكتب الجزيرة في كابل والعراق .(36) وكشفت صحيفة الديلي ميرو البريطانية واسعة الانتشار والتي توزع 3 ملايين نسخة بوجود خطة لبوش لقصف قناة الجزيرة الفضائية ومكاتبها بالصواريخ،لأنها قدمت جزء من الحقيقة في مجازر قواته بالفلوجة .(37)

وقد وجهت لقناة الجزيرة انتقادات لاذعة من قبل بوش وبلير، وكذلك من الإدارة الأمريكية باعتبارها (أداة للدعاية العراقية) وبأنها (تسيء إلى جهود أمريكيا لتحسين حياة الشعب العراقي) حسب زعم وزير الخارجية الأمريكي كولن بول، وجاءت هذه الانتقادات بعد أن عرضت قناة الجزيرة صور جنود أمريكيين وبريطانيين قتلى وأسرى في العراق حصلت عليها من التليفزيون العراقي ،وإصرارها على بث تغطية الحرب على العراق، وهذا ما دفع الإدارة الأمريكية إلى شن حرب تقنيات لإيقاف موقع القناة على الانترنت بلغتيه العربية والإنجليزية .كما حذرت الحكومة البريطانية وسائل الإعلام في المملكة المتحدة من نشر تفاصيل وثيقة تتضمن خلافا نشب بين الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا بشأن اعتزام الرئيس الأمريكي جورج بوش قصف قناة الجزيرة الفضائية، كما هدّد المدعي العام اللورد جولد سميث الإعلام البريطاني المقروء من نشر الوثيقة، لأنها تعتبر خرقا لقانون أسرار الدولة واعترفت صحيفة (الجارديان)و(التايمز) أنهما تعرضتا للتهديد بالملاحقة القضائية إذا كشفا عن تفاصيل الوثيقة (38)

وبشكل عام فإن حرب إحتلال العراق كشفت عن زيف القوانين الأمريكية والغربية المتعلقة بحرية الرأي والصحافة، كما كشفت عن حقد الغرب لأنساننا ومؤسساتنا العلمية والثقافية وحضارتنا العريقة. ولعل فضيحة سجن ابو غريب إعلامياً يؤكد اكثر من حقيقة حول إخفاء الحقائق،فقد استطاع الصحفي سيمور هيرش من صحيفة (نيويوركر)أن يكشف فضيحة سجن أبو غريب بالتفصيل رغم تستر المؤسسة الرسمية عليها ،ولذلك وصف الرئيس الأمريكي(هيرش

)بأنه (كذابا) طبقا لما ذكره رمسفيلد في كتابة (عقيدة جورج بوش)، وكشفت استقالة مدير أخبار (C. V.V) عن ثمن الانشقاق الذي يتعين دفعه على كل من يخرج عن الأطر والمحددات التي ترسمها المؤسسة السياسية والمالية المتحكمة في القرار الأمريكي ،وهذا مايفعله الأحتلال الأميركي الآن في العراق،بتحطيمه للدولة العراقية، وتفكيك مؤسساتها المدنية والعسكرية والإعلاميّة، وإشاعة الفوضى، وتنميّة الطائفية وإثارتها،بأساليب الأرهاب والإقتتال والإعلام الطائفي، وصولاً الى الهدف المركزي،تقسيم العراق طائفياً وقوميّاً ودينياً.

الهوامش

1- أنظر للتفاصيل عن ألأسلحة المدمرة التي إستعملت في الحرب على العراق: مصطفى عبد الجواد،أسلحة الذكاء الأميريكية، موقع:
www.Documents.and settings/fiac.vas/deskton

2- سلام إبراهيم عطوف، المعلوماتية المعاصرة في الحرب انظر التفاصيل موقع
www.iraqipapers.com

3- انظر للتفاصيل عن الاقمار الصناعية المستخدمة في حرب الخليج الثانية عام 1991 وحرب احتلال العراق ، موقع:www.iraq.net

4- وكالات الأنباء ، نقلا عن صحيفة الشرق الأوسط بتاريخ 22 مارس (أذار) 2003

5-غاء غاملیوت ، أمریكا تستخدم قنبلة المایكرویف ، صحیفة الزمان بتاریخ 21 /3 /2003 م

6- - صحيفة الزمان ، بتاريخ 2003/3/29

7- موقع www.arabia.com/news

8- شفيق شقير ، ملامح الحرب النفسية مع بدء ضرب العراق ، موقع:
www.aljazeara.net

9- شبكة النبأ المعلوماتية ، صناعة إعلامية أمريكية للعراق الجديد ، بتاريخ 29 /5 /2005، موقع www.annabaa.org

10- إذاعة BBC ، نقلا عن موقع www.iraq.net

11- بيرون أكوهيدو ، هجمات انترنتية مناوئة للحرب ، صحيفة الشرق الأوسط بتاريخ 27 مارس 2003

12- وكالة الأنباء الفرنسية بتاريخ 2003/3/3 ، موقع: www.aljazeara.net

13- وكالتة رويتر، نقلا عن صحيفة الزمان، العدد 1461، بتاريخ 25 / 3 /2003
14- موقع: WWW.aljazeera.net بتاريخ 2006/3/3 .
15- المصدر السابق.
16- وكالة رويتر 22 /2006/3 .
17. وكالات الأ نباء، نقلا عن صحيفة البيان الاماراتية بتاريخ 25 مارس 2003.
18- حسام شاكر، قناة الحرة الإسرائيلية: الإعلام في خدمة الحرب، أنظر موقع:
www.islamonline.net
19- علي عبد المنعم، 19 إبريل .. بغداد والخريطة الكبرى،موقع:
www.islamonline.net
20-صحيفة الشرق الأوسط، العدد 9861، 27 نوفمبر 2005.
21- انظر التفاصيل حول مقتل الصحفيين : أحمد منصور ، قصة سقوط بغداد ، الطبعة السادسة ، الدار العربية للعلوم ، بيروت 2004 ص 99 – 108 .
22- وكالات الأنباء، نقلاً في صحيفة الخليج الإماراتية بتاريخ 25 مارس 2003.
23- علي عبد المنعم، 19 إبريل .. بغداد و الخريطة الكبرى، مصدر سابق
24. وكالة أنباء الشرق الأوسط،، نقلاً عن صحيفة الخليج الإماراتية بتاريخ 26 مارس 2003.
25 - ثورة في وسائل الاتصال الجماهيري، اصدار معهد التدريب الاذاعي والتلفزيوني، سلسلة كتب اذاعية، مصبعة الأديب البغدادية بغداد 19743 ص14

26-كرم شلبي، الراديو والتلفزيون في الحرب النفسية، معهد التدريب الاذاعي والتليفزيوني، سلسلة كتب اذاعية، مصبغة الأديب البغدادية بغداد 1973 ص 20
27- انظر تفاصيل عن هذه الأجهزة ، د. نادية العوضي ، اجهزة الراديو تسقط من السماء ، 20 /1 / 2001 . موقع : . www islamonlin.net
28- د.ريكان ابراهيم، كيف نتعامل مع الإذاعات المعادية، انظر جريدة القادسية بتاريخ 1990/9/4
29-انظر: يوري شير كوفين، علم النفس الاجتماعي والدعاية: كوليانوفسكي وزملاءه، علم النفس الاجتماعي وقضايا الاعلام والدعاية، ترجمة نزار عيون السود، دار دمشق 1978 ص 34
30-Juian Hale, Radio Power: Propaganda and international Broadcasting (Philade Lapia: Temple Univ. Press1975) P.10
31-Paul M.A Linebarger, Psychological Warfare (1948) P. 135 38-daniel lerner, "is international Sociology Feasibble?" The Qnnals of the American Academy, Nov. 1971, PP.44-49
32-د. جوزيف ميشال شريم، دليل الدراسات الأسلوبية، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت 1984، ص 38-39
33-د. جمعة سيد يوسف، سايكولوجية اللغةوالمرضى العقلي، سلسلة – عالم المعرفة، رقم السلسلة(145) ، (الكويت) 1990، ص 145
34- L.R Compbell and R.E Wolseeley:"Newsman A+ work" Houghton Mifflin Comp. U.S.A. P23

35- صحيفة الخليج الإماراتية ، العدد 9685، بتاريخ 24 نوفمبر 2005 م
36- موقع : www.aljazeara.net
37-وكالات الأنباء ، ونقلا عن صحيفة الخليج الإماراتية ، العدد 8710 بتاريخ 25 مارس 2003
38- المصدر السابق.

الفصل الرابع
الإعلام العراقي بين زمنيّين

الفصل الرابع
الإعلام العراقي بين زمنيّين

ماذا حصل للاعلام العراقي في حرب إحتلال العراق بعد تجربة طويلة من العمل الاعلامي، وماهو تأثيراته على جبهة المواطن والوطن؟

هذه الأسئلة وغيرها ربما تثير تساؤلات الكثير من العراقيين والعرب، سواء على مستوى الاختصاص الدقيق أو على مستوى الشعب الذين إستيقظوا على صدمة ماجرى للعراق من سقوط دراماتيكي اشبه بأفلام الخيال العلمي، لأن الإعلام أصبح جزء ضروريا من حياة المواطن مثل الخبز، وأحيانا يتقدم عليه في أوقات الأزمات كما حدث أثناء غزوالعراق حيث كان المواطن يؤجل وجبة الطعام، قلقاً للأستماع إلى آخر الأخبار اطمأنانا على حاضره ومستقبله. وربما شعر بالألم والقلق وهو يرى نفسه في دوامة الاذاعات الدولية التي أصبحت مصدرا وحيدا لأخباره، بينما اذاعاته ضعيفة البث، مهزوزة الكلمات وأحيانا متوقفة لساعات طويلة، وهكذا كان حال التلفاز أيضا!

إن من صدمات الحرب التي أستيقظ على أصواتها الشعب، صدمة الإعلام العراقي بما يعنيه من تقنية وأفكار، والتي جعلت الدولة تعيش مأساة الفراغ الكبير لإيصال صوتها للمواطن وحصانته من الماكنة الدعائية الأميريكية والغربية ومعلوماتهما المتدفقة لاحتلال النفس وتدمير الشخصية وقتل المعنويات.والمؤسف حقا، أن نجد اعلامنا يختنق بفعل الصدمة الكبيرة للحرب بعد مرور عشرات السنوات من التجارب والتحديات، فيجد نفسه بلا اذاعة حقيقية ذات صوت قوي، وبلا تلفاز يغطي رقعة الوطن، وبلا صحافة فاعلة تستطيع أن تبادر للتغطيّةالصحفية، لأن مصادرها مقطوعة، وحياتها معطوبة، بل أن مؤسسات الاعلام فقدت روح التحدي، لأنها بلا تقاليد وبلامنهج، وتفتقد

للسياسة الإعلاميّة المتحضرة المعبرة عن ضمير الشعب وتطلعاته وهمومه الكبيرة بفعل الأزمات والحروب والقهر والظلم.

الإعلام العراقي وصدمة عصر الحروب

وإذا كان الاعلام الأمريكي والغربي قد استغل امكاناته التكنولوجية ووسائله العديدة في الوصول إلى الجمهور العراقي لبناء حقائق كاذبة في ذهنه وترسيخ مبادئ دعائية بقصد التمويه وخلط الأوراق وتفتيت قضية الايمان والصمود، فإن الإعلام العراقي قد فقد قدراته التكنولوجية على صعيد المؤسسات والاتصال، بل وفقد معها روح المبادرة في الفعل الاعلامي المتوازن الهادئ، ليس لأنه فقد وسائل التوصيل الجماهيرية فحسب، بل لأنه استند على حقائق وهمية مسبقة لم يضعها في تخطيطه العام. فقد كان يعمل لمرحلة زمنية محدودة بعقل (رد الفعل) وليس بأسلوب (الفعل الإستراتيجي) ،وذلك لفقدانه الأسلوب العلمي في التهيئة للمجابهة،وللمركزية الشديدة التي لم تستطع بناء خطاب إعلامي مقرون بمناهج العلم.

ومشكلة الاعلام العراقي وهو يتعامل مع المواطن ومع الاعلام المعادي، أنه يبني اجتهادات اعلامية ارتجالية من ناحية المنهج والمضمون بعيدا عن قوانين العلم. أي أنه يعتقد خطأ بأن التعامل مع الجمهور لا يحتاج إلى أرقام واحصائيات وبحوث ميدانية ونفسية واجتماعية بحجة معرفته للجمهور واتجاهاته من خلال الحدس الشعبي والملاحظة الميدانية. ولذلك تعامل مع الجمهور بنفس الطريقة التي تعامل بها في سنوات الحرب مع ايران دون فهم جديد لتركيبة المواطن ورغباته واتجاهاته الجديدة،كما أن فهم وظيفة الإعلام بقيت محدودة في اطار ايصال المعلومات للتعبئة دون أن يكون هناك بعد انساني لها، لذلك فقدت هذه المعلومات مصداقيتها بمرور الزمن، وأصبحت نمطية الاتجاه ولم تعد الا مجرد مضامين هشة لا تحتوي على ادراك عقلي

يساعد المواطن على استيعابها بطريقة تحليلية ونقدية، وبذلك فقد المواطن جزء مهما في عملية الاتصال وشروطها الاّ وهي المصداقية والتأثير!

إن ماحدث للمواطن في مواجهته للحرب أنه وجد نفسه داخل حرب جديدة متنوعة في مضامينها وأساليبها على المستوى السياسي والاعلامي ،وطوفان للأخبار والمعلومات بطريقة نفسية لتدمير جهازه العصبي بقصد شل قدراته العقلية السلوكية، واحداث الرعب الجمعي، واستفزاز مشاعره الوطنية، واثارة الانفعالات لتحييد قدرته على التفكير المنطقي.

وقد ساعد اختراق المعلومات لجبهة المواطن ما تركه الفراغ الاعلامي من تقنية وخطط ومبادرة على جبهة الوطن عندما فقد المواطن اعلامه كاملاً في مجابهة ذاته ومجابهة الحرب النفسية للأعداء ،بل أن الكثير من خارج العاصمة كان يستسلم لصناعةالاشاعات المتداولة في الاذاعات الدولية الناطقة باللغة العربية، خاصة ما يتعلق بمستقبل العاصمة والسلطة،وكانت هذه احدى المشكلات الكبيرة التي ساعدت على بروز ظاهرة الارتباك والفوضى داخل أجهزة الدولة ومؤسساتها العسكرية والأمنية والإعلامية.وبعبارة أخرى فإن غياب الاعلام العراقي من حياة المواطن في حرب إحتلال العراق أحدث شرخا كبيرا في شخصيته مؤدية إلى انهياره، وزيادة قلقه من المستقبل، وضعف تقبله للمبادرة، وتقليص وعيه وادراكه بفعل صدمة الحرب مع ما شكله هذا الغياب من اختراق واضح للإذاعات الدولية المعادية بسبب ضعف الحصانة النفسية والعقلية.

فالإعلام نصف الحرب، وقدرته تفوق أحيانا المدافع ،لأنه ليس مجرد أخبار تعبوية وإنما عملية تحتوي على أفعال نفسية واجتماعية، وصناعته تعتمد على فهم العلوم الحديثة ونظريات علم النفس والفسلجة والفيزياء. فإذا كان الإعلام العراقي يقوم بوظيفة محددة وهي نقل الأخبار بطريقة بدائية، والوقوع في فخ الأخبار الدولية المعادية وتكرارها من باب الافتخار بالقدرات العسكرية العراقية

بشكل ميكانيكي لا يأخذ طبيعة المعركة وظروفها وتركيبة المواطن وحاجاته الحياتية والنفسية، فإن الاعلام المعادي قام بوظائف مركبة ليست هدفها تقديم المعلومات وغسل عقل المواطن بمناهج العلم فحسب، وإنما كانت أهدافه عديدة، فهو يريد تمرير المعلومات للسياسي العراقي، والحصول على معلومات من خلال (بالون الاختبار) لجس نبض المخطط السياسي والعسكري، وهو يريد أيضا تحقيق ضغط نفسي مستمر على القيادة لإضعافها معنويا، والقيام بوظيفة استخبارية ومعلوماتية لاتتحدد بالوظيفة الخبرية، وإنما إلى وظيفة أمنية لها أبعادها السياسية والاقتصادية، بل أن هذا الإعلام كان يحاول القيام بعمليات (التوريط) السياسي لاستثمارها معلوماتيا. لذلك كان هذا الإعلام نموذجاً خطيراً في مضامينه وأسلوبه لمساندة المعركة السياسية والعسكرية للأعداء، بينما كان اعلامنا أحادي النظرة والتوجه، ومرتبط بالحاجات الآنية سريعة العطب، والتي أضرت بالمواطن والدولة على حد سواء.

إن فقدان التخطيط العام للإعلام العراقي، وعدم وجود استراتيجية واضحة له، واعتماده على مبدأ الخصوصية الضيقة للمراحل بإعتماد(رد الفعل) كحالة قائمة ومستمرة لبناء الرسالة الاعلامية، وابتعاده عن العلم وقوانينه، أخر كثيرا بمسيرته وجعله في اطار نمطي مقولب لا يستطيع الفرار من نمطية الشعارات السياسية، ولا يستطيع التعبير عنها بفعل ابداعي وانساني من خلال القنوات الاعلامية المختلفة.

إن حرب إحتلال العراق قد جعلت اعلامنا يستيقظ على حقائق لم يدركها مبكرا ألا وهي احترام العلم والاختصاص ومغادرة ظاهرة الارتجال والمزاجية في عمليات التخطيط والتنفيذ.إن سياسة اخفاء المعلومات،والكذب والتلفيق، وتهويل الأحداث والوقائع بطريقة بدائية واعتماد مبدأ المسار الواحد في المنهج الاعلامي، واعتماد الرأي الواحد على حساب الرأي الآخر، وتقليص حرية تدفق الأخبار والمعلومات، وانتهاج سياسة الممنوعات الاعلامية، واشاعة صناعة

القوالب الجاهزة في التحرير والتقارير والمقالات في مجال الصحافة والاذاعة والتلفاز ،هي التي قادت الى خسارة الحرب إعلامياً ،وإحداث الأرتباك العام، وتقليص فعالية الإعلام لدعم المجهود العسكري ومساندته معلوماتياً ومعنوياً.

ولا بد من الاعتراف أن مضامين الاعلام العراقي كانت قاصرة في بناء تجربة انسانية تحقق معادلة ارتباط المواطن بإعلامه وثقته بمضامينه، فقد شهد هذا الإعلام في أكثر مراحله بناء نسق اعلامي تقليدي مليء بالعموميات دون أن يلون أساليبه، فهو اعلام الأسلوب الواحد، والمسار الواحد، رغم أنه يعمل في نسيج بيئة اجتماعية وحضارية متعددة الألوان والمستويات الثقافية. فكان إعلاماً سلطوياً ، أشاع ثقافة الفردية والسلطوية، وقتل مفهوم المواطنة، وابتعد عن الكثير من قضايا الشعب، وفقد الشجاعة في تناول قضاياه وتطلعاته وهمومه بسبب الخوف من اثارة ما يتعب المؤسسات الإعلامية أمام أجهزة الدولة العليا، لذلك أخفى الكثير من الحقائق نفاقا، وضلل المواطن بمعلومات غير دقيقة، وقتل الحوار الانساني لمجابهة المشكلات والتحديات.

إن نمطية الاعلام العراقي وآليات عمله ومنهجه وأسلوبه له أسبابه العديدة، فالسياسة الاعلامية ذات توجه مركزية شديد، لا تجد من يستطيع استيعابها وتصريفها في قنوات ابداعية ،لهذا كان (الخوف) يشكل عبئا مقيدا لرجال الإعلام في اختبار المسالك الصعبة، واختيار النموذج الجديد للعمل الإعلامي، بل أن الكثير كان ينتظر أوامر سياسية لكي يبادر ويحلل وينتقد، ومن المؤسف أن نجد المركزية قد تحولت في أكثر الأحيان إلى تقليد مركب يمارسه القائد الاداري بحجة تنفيذ الأوامر العليا ، ويمارسه السياسي بحجة أمن المجتمع وانضباطه لتصبح المعادلة بعد ذلك سلسلة من (الممنوعات الاعلاميّة) على حساب المواطن في ممارسة حقه الديمقراطي.

ما حدث للإعلام العراقي قبل الحرب وبعدها، لاينفصل عن الخطط السياسية والعسكرية التي أثبتت فشلها في مواجهة حرب تقنيات عسكرية متطورة في

التدمير، وتقنيات إعلاميّة بارعة في الإداء الإعلامي ،وهذه الخطط كانت قاصرة على فهم وإستيعاب ماسيجري من خطط للآخرين على جبهة غرف العمليات، أو جبهة الحرب، وكان رد الفعل العراقي باهتا ، وأحياناً مقصوداً لدواعي سياسية ونفسيّة جاهلة بمنطق العصر وثوراته المعلوماتية والتكنولوجيا،ولم يجد الإعلام العراقي إلاَ المنطق القديم في مخاطبة جمهوره، وهو منطق الشعارات السياسيّة التي حفظها الجمهور عن ظهر قلب منذ أكثر من ربع قرن، وأحتوت على مضامين إعلاميّة بدائية مقولبة سياسيّاً في شكلها الخطابي، ومفرداتها وصياغتها الإعلاميّة، مع خطاب إعلامي يعتمد المبالغة والتضخيم وإخفاء الحقائق تحت ذريعة(رفع المعنويات) و(تحصين المواطن)،متجاهلة عصر الفضاء المفتوح، وعصر الخيارات المتعددّة للجمهور في إختيار وسائله الإعلامية. وهذا ما دفع الجمهور العراقي للحصول على الأخبار من الإذاعات الدولية القوية بأخبارها ووضوح بثها، رغم علمه بأنها تقوم بعمليات تضليل وتضخيم لأحداث الحرب، وإنها تساهم في زيادة توتره، وتدمير أعصابه.

لم يكن أمام الإعلام العراقي أثناء الحرب إلاّ خيارات محدودة بالإمكانات التقنية التقليدية التي يمتلكها، والتي ضربت منذ اليوم الأول والثاني للحرب، ليستعمل سيارات متنقلة لبث برامجه الإذاعية، وهي الأخرى كانت تحت مراقبة تقنيات القوات الأميركية إثناء بثها من خلال الترددات،ليكون مصيرها التدمير أيضاً.ولم يبقى للصوت الإعلامي الرسمي إلاّ صوت وصورة وكالات الأنباء وشبكات التلفزيون العربية والعالمية المتواجدين في بغداد، وكان هذا الصوت ينقل المؤتمرات الصحفية، وبعض أحداث الحرب الى الخارج ،بينما لايتاح للمواطن العراقي مشاهدة مايجري بسبب إنقطاع التيار الكهربائي نتيجة لضرب مولدات الطاقة الكهربائية في عموم العراق.

كان القاسم المشترك للحرب الإعلاميّة بين العراق واميركا، قائم على مبدأ تمرير المعلومات للتأثير على أصحاب القرار الساسي، ولوحظ إن أجهزة

الإعلام العراقية كانت حريصة على إبراز لقاءات صدام حسين مع رجال التصنيع العسكري، وقادة والوية الجيش العراقي، وبالذات الحرس الجمهوري قبل الغزو، لإعطاء إشارات للآخر بوجود(تقنيات حربية جديدة) لمواجهة الآلة العسكرية الأميركية ووجود الأستعداد للحرب، بينما كانت الآلة الدعائية الأميركية تركز أيضاً على وجود(أسلحة عسكرية تدميرية ذكية جديدة) قادرة على القضاء على جميع الترسانات العسكرية العراقية وتقنياتها، حيث تمّ تسويق أسماء لاسلحة جديدة مثل(أم القنابل) و(قنبلة المايكروويف)، بل وصل الأمر الى التهديد بالسلاح النووي.

وكانت مرحلة بدء الحرب، مرحلة الحرب النفسيّة، لإستعراض القوة لحسم الأمور، وتبادل الطرفان حرب الأعصاب والمعلومات، وإبراز الأنتصارات الآولى، بما يتعلق بدعوى إحتلال بعض المناطق، أو هزيمة(العدو من مدينة أم قصر)، إضافة الى إبراز موضوع الأسرى، كمدخل للتأثير على المعنويات.

ظاهرة (الصحاف)اللغز!

والظاهرة الأبرزفي الإعلام العراقي،هوصوت محمد سعيد الصحاف(1) وزير الإعلام آنذاك، والناطق الرسمي للحكومة العراقية، الذي شغل الناس بتصريحاته النارية، ومؤتمراته الإعلامية، التي أتخذت منحىً جديداً في طريقة إيصال المعلومات، باستعمالها مفرادت لغوية وتعبيرات شعبية إستهوت المتلقي العربي والعالمي، فكان هو المصدر العراقي الرسمي للأخبار والمعلومات.ومما قاله الصحاف في أيام الحرب(2):

- أرتدت الصدمة عليهم، لقد صدموا مما شاهدوه.لم يستقبلهم أحد بالورود. لقد استقبلوا بالقنابل والأحذية والرصاص.

- هذه أفعى البوا، سنجعلها تتمدد أطول ثم نقطعها إرباً إرباً

-هذا المجرم الجالس في البيت الأبيض، هومجرم مثير للشفقة، ووزير دفاعه يستحق الضرب.

- لقد أخذوا يلقون بأقلام الرصاص، ولكنها ليست أقلام رصاص،أنها مفخخة لقتل أولادنا.

- إذا لم يستسلم القسم المتبقي من جنودهم، تكون فرصة بقائهم على قيد الحياة ضئيلة جداً.

- لاوجود للأوغاد الأميركيين في بغداد على الأطلاق.

- شعوري، كالعادة، بأننا سنذبحهم جميعا.

-سنقطع رؤوسهم جميعاً.

- لاتساوي بريطانيا حذاءً قديماً.

- إنهم بدءوا ينتحرون عند أسوار بغداد.

-هؤلاء العلوج الأميركيون.

ولم يكن الصحاف ومؤتمراته الصحفية أثناء الحرب ، الأ صورة مستنسخة للنمط التقليدي للإعلام العراقي ، وخطاب التأجيج الثوري ، والانفعال وصدمة

رد الفعل ، بل ان خطاب الصحاف كان اكثر تطرفاً ومبالغة في تحليل الأحداث وتقيمها رغم صوة الحرب السوداوية والمتناقضه ، متجاهلاً حقيقة العصر الرقمي ، وتقنيات الإعلام والاتصال التي ألغت جغرافية المكان وجعلت من الصحاف نجماً اعلامياً للذين يفكرون بعاطفتهم ويحلمون بالأمل والبحث عن (حلم النصر) الذي إفتقدوه عربيا، بسبب هزائم الامة ونكساتها ،أما امريكا فقد وجدت فيه (الرجل الرائع) حسب تعبير جورج بوش رغم تغليف هذا الكلام بالسخرية والدعابة ،كما وجدت فيه (السوبرمان) الذي يقف وحيداً في مواجهة القاذفات والصواريخ والتقنيات الرقمية ، ليوجه الشتائم الغريبة على أسماع الامريكين ، وليستثمر بعد ذلك ، كظاهرة اعلامية معلوماتية ودعائية ،لأ شغال الرأي العام العربي والدولي بدوره ، وتحويل بؤرة الأهتمام بما يحدث في الواقع، للتغطية والتمويه وتمرير المعلومات .

وكان خطاب الصحاف تعبوياً وبدائياً في المعلومات ، وساهم بغير قصد ، في تعطيل العقل العربي ، وتدمير وعيّ المتلقي،بأكاذيب ومبالغات صوريّة وكلاميّة ، والفاظ بعيدة عن الذوق العام واخلاقيات العمل الإعلامي،فأنشأ الصحاف قاموساً خاصاً للشتائم وغرائب المصطلحات(كالعلوج) و(الطراطير) و(والأدغاد) و(العكاريت) و(الجايفين) و(الخاسئون) و(الضرب بالأحذية) (والافعى) وغيرها من المصطلحات .

وعندما بدأت الحرب ، بدأت معها معركة الكلمات والحرب النفسية، وحرب الشتائم والتلفيق بين العراق والولايات المتحدة الامريكية ، وكان الخصمان منذ البداية اعتمدوا استراتيجية (الكذب) و(المبالغة) لترويج افكارهم الدعائية،حيث وظفت الولايات المتحدة القصص (المفبركه) لأختراق الوعي ،(وتمرير المعلومات) بقصد التموية والخداع ، واستثمر الصحاف كغطاء إعلامي وسياسي لبلورة نمط مقولب لظاهرة صوتية أشغلت العرب بشتائمه،وعبّرعن مكنوناتهم وآرائهم ومشاعرهم ضد أمريكا ،فحول الحرب الى

لعبة ساخرة جذبتهم أكثر مما كان يجذبهم اختراقات القوات الأمريكية للمدن العراقية ، وفضائحهم في القتل والتدمير . ومثلما تم استثمارة هوليودياً كنجم للأمريكان والغرب ، تم تسويقه كظاهرة (هوليودية) لأشغال الراي العام الدولي بأسلوبه الساخر ومبالغته وشتائمه، حيث تم تحويله من (ناطق اعلامي) الى (ممثل ساخر) لأفلام خيالية واسطورية تتناغم مع مدركات وعي المواطن الأمريكي.

ولم يكن استثمارالصحاف مبالغة ، فنحن أمام مشهد اعلامي تم الترويج له في امريكا والغرب بطريقة مقصودة إثناء الحرب ،حيث وصفه جورج بوش في مقابلة مع محطة آن بي سي بأنه (النوع الذي أفضله من الرجال . كان رائعاً .... رجل من الطراز الاول) . كما روجت له الصحافة الامريكية بشكل ملفت للنظر،حيث أخباره وتعليقاته تأخذ مواقع مهمة في الصفحات الاولى لصحيفة (واشنطن بوست) و(نيويورك تايمز) وهو أمر نادر الحدوث في الأزمات والحروب العربية ، وهذا ما ساعد على انتشاره في الأوساط الشعبية الأمريكية والغربية كنجم عربي جديد،مما شجع الشركات الأمريكية في طرح دمى ناطقة للصحاف، ومنتجات مختلفة تحمل صوره ، إضافة الى انتشار ظاهرة الكاريكتير الساخر حول شخصيته .

وأعترف ان الصحاف لم يكن مجرد إعلامي، وانما كان وزيراً للإعلام العراقي ،وناطقاً إعلامياً للدولة إثناء الحرب،وهذه المسؤولية جردته الكثير من المواصفات الانسانية والمهنية ، لأن الحرب تحتاج الى رفع المعنويات، وتعبئة المواطن بالمعلومات الايجابية،وربما كان محقاً في بعض طروحاته الإعلامية التي ابتعدت عن المهنيّة واخلاقية العمل الإعلامي، ولكن الصحاف أيضاً كان يعيش تحت ضغط منظومة إعلاميّة عراقية مليئة بالعموميات والشعارات والمركزية الشديدة وهاجس الخوف السياسي ، وضغوطات الحرب وهزائمها ، فكان الشخص الوحيد الذي حارب قوات الاحتلال الى آخر لحظة، والمصدر

الوحيد للمعلومات ، والأهم انه قام بدوره كمسؤول اثناء الحرب ، ولكنه بقيّ لغزاً في تنفيذ هذا الدور،وإثيرت حوله التساؤلات المشروعة بخصوص الرعاية الخاصة التي لقيّها بعد إحتلال العراق،بعد إن حملته طائرة خاصة مع عائلته وأقرباءه دون سواه من المسؤولين العراقيين الى الإمارات!

توطين الاحتلال وتخصيب الطائفيّة

سياسياً، لايمكن معرفة منهجية الإعلام العراقي إلاّ بتحليل وإستقراء المشهد السياسي العراقي وتداعياته بعد أكثر من ثلاثة أعوام على الإحتلال، ولايجد المرء امامه الاّ صورة أنقاض للحياة السياسية والاقتصادية والأجتماعية التي دمرت بفعل خطط الاحتلال وأهدافه الخفيّة، وخطأ ممارساته في التعامل مع الإنسان العراقي وتركيبته الإجتماعية، وتعمده في تدمير الدولة العراقية، وجهله بأبجديات الحياة العراقية، ومكونات المجتمع العراقي وقيمه وانماط تفكيره.فقد حاول الإحتلال أن يكرس مبدأ سياسة (الفوضى) و(الطائفيّة والعرقيّة) لإعتبارات في عقل المخطط الأمريكي وأجندته وسيناريوهاته التي لم تعد خافية من خلال الوثائق والتصريحات والأفعال. ولم تكن هذه الأعوام، بالرؤية الموضوعيّة، أعوام البناء والأعمار والديمقراطيّة وحقوق الانسان، وانما كانت أعواماً مليئةً بالتناقضات السياسيّة، والمجازر الوحشيّة، وإشعال فتيل الحرب الطائفية والعرقية والقومية وتكريسها، وتدمير البنية التحتية للدولة العراقية كإدارة ومؤسسات، وافتعال الأزمات لتمرير المخططات، وتعميق ظاهرة الأنفلات الأمني، وفقدان الأمان النفسي والإجتماعي، وانتشار البطالة والفقر، وتعميق سياسة البطش والقوة العسكرية كما يحدث في مدن العراق، والأهم تكريس ثقافة المحاصصّة الطائفيّة في الحياة السياسيّة العراقية.

ومايجري اليوم في العراق، هو أحتلال غير شرعي ، ونهب منظم للثروات العراقيّة ، وتدمير مبرمج للكفاءات العراقية وإذلالها وتهجيرها ، وإشعال فتيل حروب الطائفية والدينية والقوميّة، ومحاولة إحتلال عقل الأنسان العراقي بوهم الديمقراطيّة ، وصفقات المال الأمريكي .

وبغض النظر عن شرعية الحياة السياسية في ظل الأحتلال، وأجندات المحتل وأهدافه السياسيّة، ومساراتها الطائفيّة والقوميّة والعرقيّة، وتركيبة الأحزاب السياسية وبرامجها، وتقليدية قادة الاحزاب والتكتلات والكيانات،

وإرتباطها بثقافة الماضي، وولاءاتهم المختلفة والمتناقضة، وتجربتهم المتواضعة في ممارسة الديمقراطية،فان هذه الحياة سجلت تضحية جديدة للعراقيين بعد غياب دام اكثر من (50) عاماً على آخر ممارسة ديمقراطية لهم في الأنتخابات، ليعكسوا بحق صورة الشعب المتحضر وامتداداته الحضارية، رغم نزيف الجرح العراقي الذي مازال ينزف من جراء الأحتلال وممارساته القمعيّة، وتفجيرات الموت ونزيف الدم، وخنادق الطائفية البغيضة، وموت الحياة العراقية بسبب الفقر والبطالة والكساد الأقتصادي وانعدام الخدمات. فهذا الشعب الذي انتصر على سياسييه، برهن انه أرقى منهم، وراقياً بعواطفه وسلوكه وممارساته، في حين كان معظم سياسيه يتأ لقون في اثارة النوازع البدائية للمواطن، وتجذير عوامل الأنقسام الطائفي والقومي والحزبي والجهوي، وإستثمار النزعات الطيبة لسحبه الى خنادق الطائفية والقومية والعشائرية لأهداف السياسيين واجنداتهم.

وإذا كانت الديمقراطية حاجة ماسة، وكذلك الأنتخابات، فان الحاجة اقوى الى اشاعة ثقافة ممارسة الديمقراطية ،وتعويد الشعب على كيفيّة اختيار السياسي الأصلح، واحترام الرأي الآخر، لأن العراق يحتاج اليوم الى ترميم النفوس قبل ترميم البيوت والجسور، واعادة بنائه سياسيّاً بما ينسجم مع الحالة الوطنية للأ نتماء. لأن البيئة السياسية العراقية الحالية، هي بيئة صراعيّة غير صحيّة أوجدها المحتل، وأستثمرها لمصالحه السياسية واجندته الخاصة، وهي بيئة المحاصصة الطائفيّة، وصراعات الطوائف والقوميات والأعراق، بيئة الفتن الطائفيّة ،والتفجيرات والغام الإعلام الطائفي، وكلها قنوات شجعها وأوقدها المحتل لأ لهاء المواطن بموضوعات ثانوية،وابعاده عن التفكير بممارساته وأجندته السرية.

وإذا كان المحتل له اجندته السياسية واهدافه، فان هذه الاحزاب عليها مسؤلية اكبر في اشاعة هذه الافكار والممارسات الخاطئة، وهي تشترك ايضا

بشكل مباشر اوغير مباشر مع سياسة المحتل وتنفيذ خططه. ولا اعتقد ان هذه الاحزاب تجهل اجندات المحتل وخططه في تقسيم العراق، ولكنها تفتقد الرؤية السياسة المستقبليّة، ومشروعها هو امتلاك الحاضر بأي ثمن على حساب مستقبل العراق ووحدته، وتقديم مصالحها الذاتية واجندتها على مصالح العراق الوطنية، بدليل استثمارها لنوازع الشعب الدينية والطائفية وعدم التركيز على برامجها السياسية.

ولابد من الأعتراف بأن هذه الاحزاب لها مشاريعها الساسيّة، ولكن هذه المشاريع تتجه الى (العموميات) ولا تقدم حلولاً علميّة وواقعيّة للمشكلات العراقية، انما تحاول دغدغة عواطف الناس ومزاجهم وحاجاتهم بشكل بدائي يستند الى ثقافة تقليدية عمرها اكثر من نصف قرن، بمعنى ان هذه الأحزاب تتجه الى النمط التقليدي في تشكيلتها ومشاريعها، فلا يزال البرنامج السياسي يتأطر بثقافة البيئة التقليدية وحاجاتها، ومثقل بالماضي وردود الفعل، وبأ ليات الربح والخسارة، وبروح اقتناص الفرص، والتلاعب بالعواطف والغرائز، وبأسلوب دكتاتورية الماضي، فمازال (رئيس الحزب) هو الحاكم الناهي، والحاكم الى الابد. ومن الغرابة ان تدعو هذه الاحزاب الى الديمقراطية وتداول السلطة، وهي نفسها تمارس الديكتاتورية الحزبية بين اعضائها، ومازال الكثير من رؤساء الأحزاب العراقية يحكمون احزابهم منذ نصف قرن من الزمان.فاذا كانت هذه الأحزاب تكرس لمفهوم الفرد الواحد والقائد الواحد، واشاعة ثقافة الولاء الطائفي او القومي او الديني بين اعضائها، فأنه لايمكن للعراق ان يكون جديداً كما نريده، الا اذا اشاعت هذه الأحزاب الديمقراطية داخل كياناتها، وعلمت اعضائها ابجديات الديمقراطية في الأختيار وتداول السلطة واحترام الرأي الآخر وحرية التعبير، بعدها يحق لهذه الأحزاب ان تمارس سلطتها في الدولة العراقيّة او البرلمان العراقي.ولا يمكن الحديث عن التوافق الوطني في ظل اجواء الاقصاء، وبناء خنادق الطائفية، وثقافة الثار من الماضي، واسلوب

المهاترات السياسية والتخويف، الاّ عندما نبدأ بترميم النفوس، واعادة النظر بثقافتنا التقليدية في ممارسة الحق السياسي والأنتخابي، وبناء جسور الثقة بين الأحزاب والتكتلات والكيانات.

فنحن امام مشهد صراعي سلبي لايتجه الى مناقشة البرامج السياسية بل الى تخويف الآخر، واغتياله جسديا ووطنيّا، وبناء صور نمطية للطوائف والقوميات بحيث يرتبط بعضها بنعوت خارج الحالة الوطنية، لتؤذي المشاعر، وتوقظ البغض والكراهية بين الشعب.فالمشهد السياسي العراقي الحاضر أفرز صراعات شديدة اكثر منها توافقا وطنيا، بسبب طبيعة الأحزاب ومساراتها السياسية وخطاباتها، فنحن نشهد احزابا شيعية وسنية وكردية وتركمانية تتخندق مع نفسها، او مع بعضها ضد الآخر، ليس ضمن اللعبة الديمقراطية، وانما لاقتناص الفرص وتحقيق مصالح ضيقة، والاستعجال بصنع القرارات السريعة، خوفا من المستقبل على حساب الوطن ووحدته وانتمائه العربي. ولم يعد مع الاسف افق الكثير من السياسيين العراقيين متحظراً الا بحدود المصالح واقتسام الغنائم وارضاء المحتل، بمعنى ان السياسين مطالبين بفك الأشتباك بين قضايا الخلاف، وهواجس الماضي والحاضر، وقتل شكوك التخويف من الآخر، ونبذ الطائفية، لأن الاوطان لاتبنى على توحش طائفة على طائفة، او عرق على عرق، وانما يبنى على مفهوم التوافق الوطني على قضايا الشعب والوطن. ولا حديث للسياسي العراقي الجديد اليوم عن الوطنية الا بأبتعاده عن خنادق الطائفية لأنها تتناقض مع الوطنية وروحها وانتمائها وطهارتها. والمدخل الصحيح لمعالجة الأزمة الموروثة هو اطلاق فكرة المواطنة بأعتبارها جوهر الوطنية، ومقياس الانتماء، بحيث يصبح العراقيون، عرب واكراد، سنة وشيعة، مسلمين ومسيحيين، متساوين امام القانون في الحقوق والواجبات ضمن اطار دولة العراق، فهي الضمانة الحقيقية للتوافق، وركيزة اساسية لبناء الديمقراطية والمجتمع المدني، لأن انتاج (الديمقراطية) القائمة على الطائفية

والقومية والدينية لايمكن ان تحقق الاستقرار والتوافق الوطني، وهي اجندة المحتل، واستراتيجيتة المستقبلية، وعندما يجد نفسه في مازق التعامل مع الشعب العراقي ووطنيته وولائه، وغير قادر على التحكم بالعمليّةالسياسية، فلا يجد امامه الا فرص مشاريع تقسيمية للعراق، ومشاريع حرب داخلية طاحنة، وبلقنة العراق واطالة أمد الاحتلال، وانشاء قواعد عسكرية له، وايقاظ الحرب الاهلية، وقيام الفدرالية الطائفية بين سنة وشيعة واكراد. ومثلما تكون المواطنة جوهر وجود العراق ووحدته وقوته، فان الحاجة تتطلب الى تجذير الديمقراطية في الأحزاب، وتعميق ثقافة الديمقراطية باتجاه تداول سلطة الحزب، وعصرنة اداء السياسي العراقي، واستيعابه للعبة الديمقراطية، واشاعة ثقافة صوت الرافض داخل البرلمان واحترام رؤيته واجتهاداته، والأهم ان يكون هناك تلون سياسي داخل كل ائتلاف طائفي او قومي يقضي على سيادة الحزب الواحد داخل الطائفة، بمعنى ان يكون الائتلاف الموحد عراقيا وليس شيعيا صرفاً، والتوافق عراقياً وليس سنياً، والتحالف الكردي عراقياً وليس كردياً. وهذه المهمة النبيلة لايمكن ان تقوم بها إلاّ اجهزة عراقية وطنية تجعل مصلحة العراق فوق الجميع، وتبشر بإنهاء الاحتلال، وهذه هي مسؤولية وسائل الإعلام العراقيّة، ودورها في إشاعة ثقافة الوحدة الوطنية، وتعميق مفهوم المواطنة سايكولوجية إحتلال العقول منذ اليوم الأول للاحتلال، شهد العراق غزواً إعلاميّاً مبرمجاً، تمثل بإطلاق قناة فضائية امريكيّة باللغة العربية تعمل من خلال تكنولوجيا فضائية متطورة عبر الاقمار الاصطناعية فوق مدينة بغداد. كما دخلت بعض الصحف العراقية (الزمان) والعربية (الشرق الاوسط) مع القوات البريطانية إلى البصرة ووزعت مجاناً، كما صدرت صحف عراقية بتمويل خارجي أجنبي، ومن دول مجاورة كالكويت. كما قام الجانب الأمريكي بتأسيس مشاريع اعلامية في المحافظات المستقرة أمنياً وخاصة الجنوب والوسط، من خلال تمويلها مالياً، وانشئت في زمن (بول بريمر) هيئة عراقية

عامة للبث والارسال بتمويل امريكي، كما شهدت الساحة الاعلامية ولادة أكثر من (216) صحيفة من دون الحصول على أيّ ترخيص رسمي بسبب الغاء وزارة الإعلام الجهة الوحيدة المتخصصة بمنح هذه التراخيص. ولم تصدر ادارة الاحتلال أي قوانين أو تعليمات تنظم العملية الإعلامية لأسباب مقصودة، وظهرت أكثر من (15) قنوات فضائية، و(30) قناة أرضيّة. وبالمقابل سرحت قوات الاحتلال اكثر من 6000 من العاملين في وزارة الإعلام معظمها من الصحافيين البارزين حيث فرضت عليهم بطالة قسرية.

لم تكن خطة الولايات المتحدة الامريكية لأحتلال العراق في 9 نيسان عام 2003 ، خطة عسكرية سوقية بالمعنى المعروف للعسكريين ، تتمحور في احتلال الأرض بالصواريخ والطائرات والجيوش والمدافع واسلحة الدمار الجديدة، وإنما أرتبطت هذه الخطة بأجندات المحتل وأهدافه المركزية في احتلال العقل العراقي' وتدمير ذاكرته الجماعية ،ومكونات الدولة العراقية ،ونظامها الأداري والأجتماعي ، واختراع الفوضى الجماعية من خلال تشجيع النهب والسرقات للوزارات والمتاحف والبنوك ، واطلاق فوضى الحريات الاعلامية بحيث اصبح من حق الجميع بدون استثناء اصدار الصحف وانشاء القنوات الفضائية والاذاعات دون ترخيص ، لاسيما بعد ان اصدر الحاكم الامريكي للعراق (بول بريمر) يوم 2003/4/23 قراراً بحل وزارة الاعلام وتسريح الموظفين فيها .ولم تكن هذه الخطة بمعزل عن الخطة العسكرية واهدافها السياسية ، وانما كانت مترابطة بمضامينها والياتها ،لأن المخطط الامريكي كان لايستهدف (الارض) فقط، وانما (عقل الانسان) ، بمعنى ان احتلال الأرض من الناحية السوقية والعسكرية يمكن ان تحتل بسهولة، ولكن احتلال العقل وتغيير الأتجاهات لايمكن ان تنجح الاّ بعمليات معقده، ترتبط بالحاجات والادراك والميول، ضمن عمليات سايكولوجية وإعلاميّة مبرمجة قائمة على فهم الآخر .

ويخطئ البعض ، ان ماحدث في العراق من فوضى سياسية واعلاميّة، وتدمير البنى التحتية ، وايقاظ الطائفية والقومية والعرقيّة، انما مرده الى فشل الخطة الأريكية، وعدم استيعابها للواقع العراقي ومتغيراته ،وهذا التفسير(الجاهز) يتطابق مع تفسير الخطاب الإعلامي الأمريكي الذي يحرص على تفسير انفجار الفوضى في العراق كحصيلة من محصلات فشل بوش ودونالدر رمسفيلد في العراق . وربما خطأ الولايات المتحدة الامريكية الرئيسي هو عدم تقدير ظهور المقاومة العراقية كقوة فاعله ومؤثرة في الحياة العراقية اثناء الاحتلال ، لأن الرهان كان يتمحور حول فكرة ان العراقيين الذي ذاقوا مرارة الحصار الموت بفعل المخطط الامريكي المدروس بعناية ، وإكتواء الشعب بالسياسات الداخلية للنظام السابق واخطائه ، سوف يؤدي الى موت (الارادة العراقية) وتقبل المحتل ، وهو امر لم يحدث في سياقات الحالة الوطنية العراقية .

واذا كان احتلال العراق بالمنطق العسكري السوقي جرى في أيام واسابيع قليلة، فإن احتلال العقل العراقي لم يكن بالمقايس السياسية والنفسية والإعلامية والثقافية بمتناول المحتل رغم آلته الإعلاميّة الضخمة،وجهازه الدعائي المتطور،ومؤسساته الكبرى في مجال الإعلام والعلاقات العامة والحرب النفسية . لذلك كان المحتل حريص على تلازم الخطة العسكرية والإعلاميّة ، قبل وبعد الحرب ، واستثمارها لأختراق العقل والنفوس .

وبشكل عام يمكن تحليل هذه الظواهر من خلال المعطيات السياسية للمحتل، والبعد السايكولوجي للتنشئة السياسة للمواطن العراقي:

1- سياسة تعميق الفوضى في العراق من قبل المحتل لاسباب سياسة تتعلق بوجوده وباستراتيجيّة البقاء، وهي سياسة بدأت بحل الجيش العراقي ووزارة الإعلام والأجهزة الأمنية، لتدمير الدولة العراقية وإشاعة الفوضى والاقتتال السياسي والطائفي.

2- إشاعة ثقافة الاحتلال وتعميقها من خلال أجهزة الاعلام المموّلة من

المحتل، وإيجاد سياسة احتلالية قائمة على مبدأ (فرق تسد) وخلط الأوراق. اضافة إلى إشاعة النمط الإعلامي الغربي في التغطية الإعلامية وتكريس الصحافة الصفراء القائمة على مبدأ الاثارة والمبالغات والغرائز.

3- تكريس النظرية النفسية (التنفيس) من خلال فتح قنوات التعبير وتشجيعها بما يحقق للمحتل مصالحه السياسية في الهاء المواطن بموضوعات مختلفة وثانوية،وابعاده عن التفكير بممارسات المحتل واجندته السرية،لذلك كانت حرية التعبير في كثير من الاحيان تأخذ شكل صراعات ومنازعات حزبية وطائفية لا علاقة لها بمصلحة العراق.

4 - لم تصدر ادارة الاحتلال اي قوانين أو تعليمات تنظم العملية الإعلاميّة بل تركت الأمر للجميع أن يؤسس صحيفة او فضائية وصلت إلى اكثر من (200) صحيفة وعشرات القنوات الفضائية والأرضيّة. وكان الهدف المركزي هو اشاعة الفوضى الاعلامية بقصد خلط الاوراق، وتعميق الصراعات بين الاحزاب، واحداث الوقيعة بين فئات الشعب المختلفة، لتحويل الصراع من مواجهة العدو المحتل إلى المواجهة الداخلية.

5 - لم تكن اجراءات المحتل بما يتعلق بالحرية الإعلامية، هدفها تأسيس نظام اعلامي ديمقراطي، بقدر ما كانت هذه الحرية (معلبّة) في علب من صنع أمريكي، ممتلئة بأجندات السيطرة والتحريض الطائفي والعرقي والديني، بدليل ان قوات الاحتلال اغلقت صحف دينية ومستقلة بحجة (ترويجها للارهاب)، واعتقلت عدداً كبيراً من الصحفيين العراقيين، وتعرضت الصحافة العراقية إلى مهانات وممارسات لا أخلاقية مارسها جنود الاحتلال ضدها.كما أغلقت القوات الأميركية(صحيفة المستقله)،لمجرد الدعوة لمقاومة الأحتلال ،واحتجزت مدير مكتب الصحيفة ، بسبب نشرالصحيفة يوم 13 تموز203 موضوع عنوانه (الموت لجميع من يعمل ويتعاون مع الولايات المتحدة وان قتلهم هو واجب ديني). كما قتل اكثر من (30) صحفيّاً معظمهم من مراسلي القنوات الفضائية

المحلية والعربية، كما أوقفت عمل قنوات عربية كالجزيرة بحجج واهية، كمااختلفت عمليات القتل مابين اطلاق نار على طريق الخطأ أو التعمد من قبل قوات الاحتلال.

وهكذا حاول المحتل ان ينشئ بيئة اعلامية صراعيّة غير صحية، ويستثمرها لمصالحه السياسية وأجندته الخاصة، ويخترق وعي ومدركات المواطن من خلال استغلاله لحاجات الانسان العراقي بما يتعلق بحرية التعبير، وتعطشه للديمقراطية بعد سنوات من المركزية الشديدة للإعلام، وغلق منافذ حرية التعبير، وافتقاده إلى التعدديّة الحزبية والاعلاميّة. لذلك كان من حق المواطن العراقي ان تدهشه الحريات الإعلامية المستوردة مهما كانت صورها

وممارساته.

واعترف بأن الإعلام العراقي شهد في فترة النظام السابق مركزية شديدة، ونقص في حق الاتصال وديمقراطيته، وثقافة اعلامية واحدة، وهو الأمر الذي حفزني على نقد هذا الإعلام في كتاباتي قبل سقوط النظام عام 2003، وقد كتبت في عام 1991 في كتابي (دراسات معاصرة في الإعلام والدعاية)(3)، بأن الإعلام العراقي كان يعيش محنة كبيرة في منهجه وخطابه السلطوي،وتقليص للحريات الإعلاميّة والتعبير.كذلك اقول ان المقارنة غير موضوعية بين اعلام النظام السابق وإعلام الاحتلال، بمعنى ان حرية الإعلام لايمكن قبولها تحت الاحتلال وممارساته السياسية، كما ان هذه الحرية لاينبغي ان تكون حرية موجهة لتفتيت الوحدة الوطنية، وتعميق الثقافة المذهبية والعرقية مهما كانت المبررات.

وما نراه اليوم في المشهد الإعلامي العراقي إلا صورة مؤلمة لممارسات تحمل في ثناياها خطاباً اعلاميّاً مؤججاً ومبرمجاً لصالح الانتماء الطائفي

والعرقي اكثر مما هو لمصلحة الوطن من خلال اكثر من صورة:

1- وقوع الإعلام العراقي في فخ المنازعات والصراعات السياسية والحزبية والطائفية والفئوية والقومية لأسباب ترتبط بخلفيات بعض الاحزاب واجندتها الخارجية، وعدم استيعاب الكثير منها للفكرة الحزبية في العراق وممارسة الديمقراطية.

2- ظاهرة تعددية الافكار التي ترتبط معظمها بمعالجات طائفية وقومية تقترب من الولاء إلى المذهب والعشيرة والقومية اكثر من اقترابها إلى الهم الوطني والولاء للوطن.

3- وجود مضامين إعلاميّة متناقضة ومتنوعة ذات دلالات سياسية ، بعضها مرتبط بأفكار المحتل وأجنداته السريّة في التحريض الطائفي وإشاعة الفوضى،وتعميق ثقافة القبول به كواقع سياسي، وبعضها مرتبط بأحزاب سياسيّة تكرس مفهوم(الطائفة) و(القومية) على حساب الوطن، ونشر ثقافة الثأر من الماضي، والتحريض على العرب ، والدعوة على إخراج العراق من محيطه العربي القومي،بينما تشير مضامين أخرى الى إيجاد منطق عقلاني في خطابها الإعلامي، يكرس مفهوم الوطنية والتوافق ،ونبذ الطائفية ، ويفضح ممارسات الإحتلال وأجندته السياسية،وهذا يتمثل في الكثير من الأحزاب القومية والليبرالية، وبعض الأحزاب الدينية - التنوع في وسائل الإعلام، وهو تنوع ايجابي اذا كان هذا التنوع يهدف إلى بناء الانسان العراقي الجديد، وتوعيته بوحدة العراق ومخاطر التقسيم والاحتلال واجندته السياسية، وتعميق الوحدة الوطنية، واشاعة ثقافة الديمقراطية واحترام الرأي الآخر، ولكن هذا التنوع الإعلامي اتجه إلى مسارات تخدم المحتل وتلتقي بأجندته السياسيّة. فنحن نشهد اليوم ظهور صحف حزبيّة ودينيّة ذات ولاءات طائفية تشيع ثقافة الولاء للطائفة، وصحف مستقلة وحزبيّة تبرر للمحتل وجوده وممارساته القمعيّة. كما ظهرت فضائيات تبشر علنيّة بثقافة المذهب وتلغي الآخر تحت

مبررات عديدة، مرة بتهميشها من المذهب الآخر، ومرة بتكفيرها من الطائفة الأخرى، وليصبح المشهد العراقي مشهداً إعلامياً صراعياً بين الطوائف والقوميات والأديان، وهو يصّب في النهاية لمصلحة المحتل.

5- ظاهرة التمويل الإعلامي ومخاطره على مستقبل الإعلام العراقي واستقلاليته، خاصة اذا كان هذا التمويل خارجياً هدفه تحقيق اهداف سياسية ضد مصلحة الوطن، ولا غرابة ان بعض الصحف والفضائيات تم دعمها من قبل الاحتلال أو من دول مجاورة للعراق، بحيث اصبح التمويل امتيازاً لبقاء البعض على حساب صحف وطنية وقومية قاومت الاحتلال اعلامياً، ولكنها لم تستطع مقاومة البقاء لاسباب مادية. وكان مسئولون أمريكيون رفضوا الكشف عن أسمائهم قالوا في تحقيق نشرته صحيفة (لوس أنجلوس تايمز) الأمريكية يوم 30 – 11 – 2005 إن جنودا في فريق عمل (عمليات المعلومات) كتبوا مقالات ذات رسائل إيجابية عن مهمة

القوات الأمريكية في العراق ترجمت من الإنجليزية إلى العربية، ونشرت في صحف عراقية مقابل مبالغ مالية،وإن (لنكولن جروب) وهي شركة للعلاقات العامة متعاقدة مع وزارة الدفاع الأمريكية ومقرها واشنطن، ساعدت في ترجمة المقالات، وكانت تستخدم موظفيها أو متعاقدين من الباطن يقدمون أنفسهم على أنهم صحفيون يعملون بالقطعة، أو مسئولون في شركات للإعلان لتقديمها إلى وسائل الإعلام العراقية.وإن (قوة مهام عمليات المعلومات) في بغداد اشترت صحيفة عراقية كما سيطرت على محطة إذاعية وتستخدمهما أيضا في نشر آراء مؤيدة للولايات المتحدة.ووصفت المقالات بأنها (قائمة بالأساس على وقائع) ولكنها قالت إنها تحذف معلومات قدلا يكون لها وقع إيجابي بالنسبة لصورة الولايات المتحدة أو الحكومة العراقية التي تدعمها واشنطن.

6- انعكست الظروف السياسيّة وصراعات الأحزاب على الصحافيين العراقيين مادياً ومهنياً، فقد شهدت معارك واحتدامات بين الصحافيين تبعاً لانتماءاتهم السياسية والطائفية والقومية، مؤدية إلى شق وحدة الصحافيين، الأمر الذي أدى إلى تشكيل منظمة صحفية رديفة لنقابة الصحافين العراقيين تعمل تحت اسم (اتحاد الصحافيين العراقيين)، وهذه الصراعات ساهمت في اضعاف وحدة الصحافيين ومؤسساتهم، وعائقاً في حل مشكلاتهم الحياتية والمهنيّة والأمنيّة، حيث لاوجود لحصانة تحميهم من الاغتيال أو الاعتقال أو القتل.

7- في ظل انعدام القانون والفوضى الأمنية وسيطرة الأحزاب وميليشياتها على الحياة السياسية، فقد برزت ظاهرة التدخلات والاقتحامات المسلحة لبعض المؤسسات الإعلامية الخاصة والحكوميّة، لأهداف ثأرية سياسيّة أو التحكم والهيمنة على الحياة الإعلاميّة، حيث تعرضت شبكة الإعلام العراقية إلى صراعات داخلية وخارجية للسيطرة عليها واستثمارها لمصلحة بعض الاحزاب. مثلما تعرضت صحيفة (الصباح) الحكومية إلى هجوم مسلح من بعض القوى لاستبدال رئيس تحريرها القديم بالقوة المسلحة برئيس تحرير جديد موال لها، وهو أمر ما كان يحدث لولا انعدام القانون وشيوع الفوضى الأمنية والسياسية.

لم يكن المشهد الإعلامي معزولاً عما يجري في الحياة السياسيّة العراقيّة من محاصّصة طائفية وعرقيّة ودينية في مجال الإدارة الحكومية وميادين التعليم والصحة والاقتصاد، فهي بدون شك سياسة المحتل منذ احتلاله للعراق، والذي تجسد في قانون (بريمر) الخاص بقانون ادارة الدولة العراقيّة الذي عمق المحاصّصة لاشعال فتيل الحرب الأهلية وتقسيم العراق،فبعد الاحتلال بدأت الولايات الممتحدة الامريكية بوضع سيناريوهات اعلامية جديدة لأحتلال العقل العراقي ، ومحاولة كسبه من خلال عمليات سياسية واعلامية ونفسية تجسدت بالنقاط الاتية :

1. اشاعة ثقافة الاحتلال من خلال اجهزة الإعلام المموّلة من المحتل .

2. تكريس مبدأ (حرية الاعلام العراقي) من خلال فتح قنوات التعبير وتشجيعها بما يحقق للمحتل مصالحه السياسية في الهاء المواطن بموضوعات مختلفة وثانوية، وابعاده عن التفكير بممارسات المحتل واجندته السرية . ففي الماضي، كما يقول مدير قناة(الديار) الفضائية العراقية(4) كان (الخوف من الحكومة عند الحديث في السياسة ،أما الآن فأنه يمكنك التحدث في مسئولية الحكومة، ولكنك تخشى التحدث مع شخص عادى خشية أن يكون عميلا لجهة ما تقرر اغتيالك، لأن ما تقوله يتعارض مع مصالحها). وقال إن (الأمركيين يشترون ذمم عناصر بعينها من المجتمع الاعلامى العراقي لخدمة مصالحهم).

3. اشاعة الفوضى الاعلاميّة في العراق من خلال الغاء وزارة الإعلام ،وعدم اصدارها للقوانين والتعليمات التي تنظم العملية الاعلامية ، بل تركت الامر للجميع ان يؤسس صحيفة او فضائية .

4. استعمال المال الامريكي لأختراق الإعلام العراقي ، وتعبئة المواطن بأتجاه قبول المحتل، وتنفيذ خططه العسكرية والسياسية في العراق . وحسب المصادر الامريكية(5) فقد انفق اكثر من 16 مليون دولار على الاعلانات في التلفزيون العراقي واللوحات الأعلانية في الشوارع والساحات . وتطور الجيش الامريكي في الدعم المادي لبعض وسائل الاعلام العراقية بنشر تقارير دعائية له ، وحاول استخدامها للتأثير على الصحافة من جهة ، ومحاربة الاعلام الوطني النزيه من جهة اخرى، تحت منابر ونواد وراوبط وجمعيات مشبوهة ، كما كشف النقاب مؤخراً عن عملية تندرج تحت الشؤون الحربية النفسية بالنتاجون تتضمن خططا لوضع رسائل موالية لأمريكا في وسائل الاعلام العراقية بميزانية تقدر ب30 مليون دولار من قبل ثلاث شركات فازت بهذه العقود ومنها شركة (لنكولن جروب) التي اعترفت بتقديم مبالغ مالية سرية للصحفيين ولوسائل الاعلام لنشر قصص صحفية مؤيدة لأمريكا في العراق .

وبأختصار فأن المحتل حاول أن يسيطر على الإعلام العراقي، بأساليب كثيرة، سياسية وغير أخلاقيّة، لدعم برنامجه السياسي ووجوده كمحتل،واحتلال العقل العراقي، وإثارة النعرات الطائفيّة والدينية والقوميّة والعشائرية، والهاء المواطن العراقي بالأزمات وإفتعالها، والمشاركة بصناعتها، وتعميق الفوضى والأقتتال الطائفي لأضعاف العراق وتقسيمه طائفيّاً وقوميّاً.بالمقابل هناك ملاحم وطنيّة لمقاومة المحتل سياسيّاً وعسكرياً وإعلاميّاً، وهي بأختصار ملحمة عراقية وطنية تجسدت في مقولة رائعة كتبت على جدران مدينة بغداد لتختصر كل المعاني تقول: نعم أحتلت أرض العراق، ولكن لم تحتل عقول العراقيين!

الهوامش

1- انظر للتفاصيل عن الصحاف : شادي فقيه ، وجنان يموت الصحاف : الشبح ... الاسطورة ، الطبقة الرابعة ، دار العلم للطباعة والنشر ، بيروت 2003

2- عمل مؤلف الكتاب مع محمد سعيد الصحاف عندما كان مديراً عاماً للمؤسسة العامة للاذاعة والتلفزيون عام 1968 ، ويعود الفضل له في تطوير هذه المؤسسة الإعلامية ،وتمتاز شخصيته بالجدية والصرامة في العمل، والتفاعل مع الآخرين من المبدعين، وهذا ماجعله يؤسس تقاليد جيدة في هذه المؤسسة، ليغادرها في بداية السبعينات للدراسة العليا في فرنسا، وتم تعينه وزيراً للخارجية قبل أن يكمل دراسته، ثم عين وزيراً للإعلام حتى إحتلال العراق.

3- للمعلومات والتوضيح ،وتفادياً للتأويلات والأجتهاد ، فقد تمّ الإعتماد على موضوع الإعلام العراقي من كتابنا (دراسات في الإعلام والدعاية) الصادر عام 1991، من جامعة بغداد/ كلية الاداب، وفيه الكثير من النقد اللاذع حول طبيعة الإعلام العراقي ومنهجه السلطوي، وتم فحص الكتاب من ناحية السلامة الفكرية من دون هذا الموضوع، وقد قمنا بأضافته لاحقاً دون علم الجهات المسؤولة،وتم إعتماده ككتاب منهجي مساعد في كلية الإعلام، وفي منتصف التسعينات تم إكتشاف الإضافة من جهات أتحفظ عن ذكرها، وتم تحذيرنا بعدم النقد والإقتراب من الخصوصيات، بعدها قررنا السفر عام 1995 للخارج ،والعمل في الجامعات الليبية، ثم ظهر اسمي في قائمة المرتدون التي نشرتها صحيفة بابل التي كان يرأسها عدي صدام حسين، رغم إبتعادي عن

الصحافة ، وتفرغي للأمور الأكاديميّة. وهو امر لم يمنعنا من ممارسة دورنا الوطني والقومي.

4- فيصل الياسري، الإعلام العراقي، محاضرة في منتدى الإعلام العربي،منتجع مدينة الجميرا،دبي 26أبريل2006

5- صحيفة واشنطن بوست، بتاريخ 13/1/ 2006

اختيارات المستقبل: العالم كومبيوتر صغير

إن السهولة في الاتصال، وفي التوصل إلى المصادر الإعلاميّة،هي الفائدة الأساسيّة التي توفرها الوسائل الإعلامية الجديدة،وهذا هو مفهوم الإعلام في متناول اليد، أو بأطراف الأصابع.حيث يقوم تقدم وسائل إعلام المستقبل في جوهره،على تقنية أساسيّة: الترقيم، وهي بمثابة ترميز إشارات،فائدتها نقل المعلومة ومعالجتها معا.

ويتميزالعصرالرقمي بسمات أبرزها:

1. القدرة الذهنيّة والعصبيّة التي تتجسد في أجهزة الكمبيوتر،والتي هي الأداة الرئيسية للتعامل مع هذا العصر، وهي قدرة ترتبط بتوفير البيئة المناسبة للإبداع، وتحقيق التواصل من خلال توفير البنيّة التحتيّة للاتصالات.

2. إنتاج المعلومات،القوة الرئيسية للعصر،والأداة الأهم للإنسان في التواصل والتخزين والمعالجة،وتحقيق المردود الأقتصادي والفكري،بمعنى أنّ المستقبل سيكون لصالح من ينتج المعلومة ويطورها.

3. الكومبيوتر،تقنية المستقبل،الذي سيحدّد مسارات العصر الرقمي،ويؤسس للمجتمعات حياتهم ومستقبلهم الثقافي والفكري،وهو خزان الفكر الإنساني وإبداعاته،حيث سيكون أداة الأتصال الأهم والأكثر تاثيراً، وبواسطته يمكمن للدول السيطرة على العالم اذا ما أحتكرته وطورته،لأن العالم سيكون (كمبيوتر صغير) يحدد معالم القرن المقبل.

4. ان جميع أنواع الأتصالات ستضمحل أو تضعف، لصالح الإتصال الرقمي وشبكاته، وسيأخذ الاتصال الاجتماعي صورة رقمية لتبادل الأفكار والمعلومات،وسيكون المجتمع الدولي على صورة شبكات التبادليّة الاجتماعيّة التي تضمن تعددّية التبادل بين الناس والثقافات،وستفتح فضاءات جديدة للاتصال الإنساني والحوار والنقاش، وسيكون الأتصال عبر اجهزة الكمبيوتر

أكثر من وسائل الاتصال التقليدية.وسيكون العصر المقبل ،عصر الجماهير الرقميّة.

5. سيتحول العالم بمرور الزمن الى مؤسسات رقميّة، وتتحول معها الحياة كذلك، حيث سنشهد توسعاً كميّاً في تحويل البيوت والمقاهي والمنتديات الثقافية والأجتماعية والجامعات والمدارس والأندية إلى نظام رقمي يوفر خدمات تسهل للمتلقي التعامل بسهولة مع هذه التقنيات، وتوظيفها لمصالحه ورغباته وحاجاته.

6. العالم يتجه الى دمج الشبكات والخدمات بفضل الترقيم، وهي ديناميّة تطور عالم الأتصالات البعدّية، مثلما يتجه العالم إلى ابتكار التقنيات الجديدة، جهاز تسجيل الصور والصوت على شريط ممغنط، وأدوات قراءة الأقراص (الديسكات) البصرية، والفديو البيتي، وترئيةالصور،أو الميكرو- إعلاميّة المتصلة، وغيرها من المبتكرات، وهذه كلها تتطلب أنظمة تصنيع وتوزيع ،باهضةومكلفة، مما يقود إلى هيمنة الشركات العالمية الكبرى التي تسيطر على البرامج أو التجهيزات، وأحياناً على الاثنين معاً بطريقة كاملة.

7. سـيتكوّن نظامـاً عالميـاً،(متعـدّد الجنسـية) للمعلومـات مـرتبط بوسـائل الإعـلام الجديدة والمتعددة على شبكة، هـي أكـثر أو اقـل تشـعباً وكثافـة، حيـث تتـدفق رسـائل متنوعة مترجمة كلها إلى اللغة العالميّة للترقيم العددي، وستكون تشعبات هـذه الشـبكة عامـل مسـاعد للخـدمات المحـددة لتخطـي الحـدود، وإقامـة نظـام (متعـددّ الجنسـية) للمعلومات. 8- تطوير ظاهرة المزج بين أجهزة الحاسوب والهاتف والتلفزيـون، ومـزج الصورة المتحركة والصوت والنصوص والبيانات،مما تمكنها الدخول إلى البيوت والمؤسسات والمنتديات عن طريق مجموعة متنوعة من الشبكات التفاعلية والوسائط المتعددة .

9- ستقام مستقبلاً، وربما قريباً، أسـتديوهات فضـائية، واذاعـات متنقلـة في الفضـاء، دون الحاجة إليها في الأرض، عبّر اقمار صناعية اكثر تطوراً منها

الآن، بما يجعلها أكثر فعالية في اختراق حدود الدول، واقوى تاثيرا في مجال الاتصال والإعلام والمعلومات.

*من الجانب الآخر تبدو هناك اختلافات في تقويم وسائل الإعلام الحديثة من قبل المفكرين والباحثين، وهي اختلافات تبدو موضوعيّة،لأختلاف الرؤى والأيدلوجيات.

1- الإعلام لا قيمة له،الاّ بالنسبة الى الذي يعرف كيف يستخدمه،ولا معنى له إلاّ بالنسبة إلى من يذيعه، وهو يمثل سلطة على الذي يفهمه،والذي يملك بعض الوسائل ليجني منه الربح .

2- كمية الإعلام لا تحدّد عدد المشتركين، والإعلام لا يبشر بالديمقراطيّة، وما يحدّد جوهر الديمقراطية ليست كمية الأخبار الجديدة، والصحف، بل الصراع ضد التميز من جانب الذين يتكملون،ومن جانب الذين يستمعون.

3- إذكاء الصراعات القديمة ،لاسيما ،أنّ النزاعات التقليدية- كالاختلافات العقائدية وتعدّد الانتماءات العرقية- مازالت تعاود الظهور من آن لآخر .

4- ان تكتولوجيا المعلومات والإعلام وحدها لاتضمن إرساء دعائم الديمقراطية إذا لم يكن المجتمع نفسه مستعداً لمثل هذه التوجه.

5- تكنولوجيا المعلومات ليست جانب مادي فقط، وإنما هي نظام أفكار، ونظام للتحكم والسيطرة على المستوى الدولي والمحلي، ويمكن استثمارها من قبل الدول المتقدمة لدعم خططها وبرامجها العسكرية والإعلامية،وفي دعم الجوانب الإنسانية والثقافيّة والفكرية وتنمية المجتمعات.

6- التقنيات الحديثة، وبالذات تكنولوجيا المعلومات، ستساعد على امكانية التحكم في التدفق الهائل للمعلومات من خلال التقنيات الحديثة، لأن العالم يتحول إلى شبكة هائلة تشبه الجهاز العصبي في جسم الإنسان الذي ترتبط كل أجزائه ببعضها البعض ارتباطاً وثيقاً، ومن المحتمل استثمار هذه التقنيات لشن

حروب التضليل الإعلامي من خلال تسريب الشائعات والمعلومات غير الدقيقة ،كما حدث في حرب الخليج الثانية وحرب احتلال العراق.

7- التقنيات الحديثة تؤدي أحياناً إلى التفكك والانعزال، وأحياناً تحقق التقارب والتفاعل والتواصل،لأن هذه التقنيات هي عبارة عن تغير اجتماعي واع، ومن المحتمل نشوء مجتمع مدني جديد متعدّد الجنسيات.

8-إنّ تكنولوجيا الفضاء ، والمنجزات التقنية العالية في تكنولوجيا المعلومات والإعلام، وجعل العالم (قرية صغيرة)بفضل الثورة التقنية ومعطياتها،وما يمكن أن يكون عليه المستقبل من تطور في نظام الإرسال والاستقبال الفضائي في زيادة قوة بث الأقمار،وصغر حجم معدات الاستقبال العادي،وانتفاء الحاجة إلى القيود بسبب تساوي الراديو والتلفزيون من ناحية الاستقبال،وشيوع الكمبيوتر وتطوره المذهل بحيث يصبح مستقبل العالم (كمبيوتر صغير)، فأن معطيات هذه الثورة الإعلامية يمكن أن تسبب بتفاقم الأوضاع الاجتماعية والأزمات،وتزيد من التأثيرات الاجتماعية والنفسية على الشباب العربي نتيجة طوفان المعلومات وما تسببه عصر (العولمة) من احتكار وتسلط على العقل الإنساني.

ولكن.... ماذا نحن فاعلون إزاء تحديات التقنيات الحديثة،ومضامينها الإعلامية والدعائية؟

1- ستشهد المنطقة العربية المزيد من الهيمنة السياسيّة والإعلامية، من خلال الحروب العسكرية وتقنياتها المتطورة والمبتكرة، ولن تكون هذه الحروب، بمعزل عن ادارة الحروب بالإعلام وتقنياتها الرقمية، بل ستكون عاملاً فعالاً في حسم الحروب بأنواعها، لصالح القوى التي تمتلك التقنيات العسكرية والإعلامية الرقمية، وسيتم استثمارها لتفتيت المنطقة، وتقطيعها الى دويلات طائفية وعشائرية وعائلية وقومية. وإذا كان العراق هو المختبر الأول لتطبيق التجارب العسكرية والإعلامية والنفسية

للولايات المتحدة الأميركية، فإنه سيكون البوابة المفتوحة على كل الدول، حيث ستتأثر المنطقة مستقبلاً بأجندات الكبار ومخططاتهم، بأقامة شرق أوسط جديد، يقوم على مبدأ عزل بعض الدول العربيّة ، وبناء تحالفات مع دول أخرى ، حسب بعد وقرب هذه الدول، من الولايات الممتحدة الامريكية ومصالحها ، ولكن ظاهر المستقبل يشير إلى خسارة الجميع بدون استثناء!

2- لايمكن الحديث عن بناء مجتمع معلومات عربي، دون توفير الأسسس القوية لهذا البناء،والمتمثل بالشروط التالية:

- لاوجود لمجتمع معلومات دون بناء مجتمع مدني حديث، يتحول فيه الريف العربي إلى مجتمع متمدن يتعامل حضارياً مع الحياة الجديدة بلغة العصر، ويتحرر الانسان فيه من الأبجدية الأميّة والحضارية، ومن القيم العشائرية ، والإنتاج التقليدي، والعلاقات الأجتماعيّة التقليدية ،ويتحرر العقل من الخرافات والأفكار النمطيّة.مثلما تحتاج المدينة العربية كذلك إلى ثورة ثقافيّة ومعلوماتيّة، وتنميّة فاعلة في إقتصادها ومواردها البشرية،ومشاركة الإنسانيّة بالمبتكرات والاختراعات، وتحويل مجتمعاتها الى مجتمع مدني حديث وليس تقليدي، وبناء بنيّة تحتيّة إتصاليّة متطورة تساهم في بناء مجتمع المعلومات.

- الجامعة العصريّة بيئة إبداع حضارية ومعرفيّة، تحتل موقعاَ استراتيجياَ في النظم الوطنية للابتكار والإبداع، وتساهم بشكل فعّال في نهضة الأمم، والتنمية والتصنيع، ومما ساعد على عصرنة الجامعة ،هو الثورة الكبيرة في تقانة المعلومات التي أدت إلى إختراع أنماط جديدة من الجامعات والتخصصات والبحوث، فنحن اليوم أمام نمط جديد للجامعة الرقمية، وجامعة المستقبل، وجامعات بلا أساتذة وبلا كتب، وجامعات عوملية لا ترتبط بالمكان والزمان وإنما بشبكة عنكبوتية!. وبعنى آخر فالجامعة مركز للتعلم والإبداع والاختراع، أرتبطت بالإقتصاد والعلم، لأن التنمية لا تنتهي بقيام المصنع، وإنما ترتبط

بوجود مراكز للتعلم والبحث والاختراع مكيفة لثقافة المجتمعات وحاجاتها الاجتماعية والاقتصادية.ولا يمكن للدول التي تفتقر إلى القدرات الإبداعية أن تواجه تحديات العلم وثوراته بمنطق التعليم التقليدي دون أن يكون لها نظام مركب من التعليم والمعلومات والاستثمار،لأن معظم الجامعات العربية تفتقد إلى الكثير من مواصفات الجامعة العصرية وديناميكياتها وأساليبها الحديثة في التعليم والتعلم والإبداع، وتفتقر إلى رؤية قابلة للتطبيق في مجال التعليم والبحث العلمي والاختراع، مع فقدانها روح البحث العلمي، وإختفاء المركز البحثي في حياتها،مما ساعد على تقويض نظام التعليم برمته.

-البحث العلمي في الجامعات الرصينة شكل دعامة أساسية في تطوير البنى الصناعية والاقتصادية للدول، وفي تفجير الثورات الصناعية والتكنولوجية والمعلوماتيّة،وخلق بيئات الإبداع،لأن البحث العلمي لم يعد ترفاً فكرياً، وإنما هو عنصر مهم في بناء الحياة والإنسان، فالأمم المتقدمة التي سوقت لنا عصر التكنولوجيا والمعلومات والاختراعات كان ملحها البحث العلمي ومراكز البحوث. والملف للانتباه ضعف نصيب البحث العلمي في الوطن العربي الذي لا يتعدى 0.002 % من الناتج المحلي، مقابل ما يزيد عن 2 % و 5 % لمعظم الدول الصناعية، ويأتي الإنفاق على البحث والتطوير من مصادر حكومية بنسبة 89 %، ولا تخصص القطاعات الإنتاجية والخدمية سوى 3 % فقط من هذه المصادر، بينما تزيد هذه النسبة في الدول المتقدمة على 50 % ،وحسب الإحصائيات الأخيرة بلغ متوسط نسبة عدد الباحثين إلى عدد السكان عالمياً 974 باحثاَ متفرغاً أو شبه متفرغ لكل مليون نسمة (ما يقارب باحثاًً واحداً لكل ألف نسمة) وتتراواح النسبة في الدول المتقدمة بين (2 – 6) باحث لكل ألف نسمة في حين تبلغ النسبة في الدول النامية 0.35 باحث لكل ألف نسمة، ويصل المعدل في الدول العربية إلى ما دون ثلث المعدل العالمي إذ تبلغ 0.30 باحث لكل نسمة، في حين أن هذه النسبة لـ (إسرائيل) تصل إلى معدل يعتبر

من الأفضل عالمياً 5.4 باحثاً لكل ألف نسمة. أي خمسة عشر ضعف المعدل العربي العام. وهناك غياب الاستراتيجية في البحث العلمي، وعدم وضوح الأهداف المرتبطة بحاجات المجتمع وظروفه وإمكاناته، لأن أي نشاط يبحث في الماضي والمستقبل يحتاج إلى أن يشارك في صياغته المسؤول وصانع القرار السياسي والمفكر المتأمل والمثقف، كذلك الإقتصادي الذي يعكس معنى البحث والتطوير إستثمارياً، بالأضافة إلى المشتغلين بالبحث والمدركين إشكالاته وصعوباته وليس بالضرورة المدركين لعلاقته المعقدة بالنظام والدولة.إضافة الى غياب الحريات العلمية، ومصادرة حق التفكير والتعبير والبحث الحر في ظل أنظمة سياسية تحكمها هواجس الأمن، والخوف من البحث العلمي، فتصبح الجامعة ومراكز البحوث عدواً يستهدف، فيغدو تخلف الجامعة وتحطيم قدراتها رسالة هذه الأنظمة، وهذه هي جذر أزمةالبحث العلمي في الوطن العربي.وأخيراً لايمكن الحديث عن بحث علمي منتج وفاعل ومتراكم ومؤثر في بيئة سياسية واجتماعية وإقتصادية منفصلة عن العقل العلمي، ما لم يكن هناك نظام اجتماعي يستوعب التطوير والتحديث والتفاعل مع الآخر في سياق استراتيجية لتغيير الواقع وعصرنة العقل العربي في مجال الحياة والإدارة والسياسة والاقتصاد، لأن إشكالية البحث العلمي في الوطن العربي هي إشكالية مجتمعية قبل أن تكون مادية وإدارية.

وبأختصار شديد لايمكن التفاعل مع العصر الرقمي وتحدياته،وإقامة مجتمع معلومات عربي بدون إيجاد بيئة عربيّة تنشّط البحث العلمي،ولهذا كان دقيقاً قول المفكر الدكتور سعيد عبد الـلـه سلمان رئيس شبكة جامعة عجمان في الإمارات العربية المتحدة، لصحيفة عربية' بأن الذي إنتصر في حرب الخليج هي الجامعات ومراكز البحوث والدول التي أنتجت براءات الأختراع.

3- العرب بحاجة الى ثورة حضارية في الممارسة والفكر، بمعنى ان تعيد النظر برؤيتها إلى فهم عصر مجتمع المعلومات على أساس (الاستيعاب)وليس

(نقل) التقنيات الحديثة بأسلوب بدائي ،لا يقترن بخصوصيات المجتمع العربي، وخطط تطوير تنيمة موارده البشرية.

4- بدون يقظة العرب،واستيعابهم لمتطلبات ثورة الإعلام والمعلومات،وتقليص فجوة التقنية،والمشاركة في صناعة المعلومة،وتعميق الديمقراطية في الحياة , وتطوير التعليم وتفعيله،ومصارحة الذات ونقدها،وتوعية الشباب وتبصيرهم بأهمية العلم،يبقى الخطر قائما،بانتظار ما يفعله العرب في مواجهة تحديات العصر الرقمي.

5- قصور واضح في فلسفة الإعلام العربي وخطابة الرسمي ، وتناقض في توجهاته الفكرية أزاء الإحداث والحياة بما يجعله إعلامًا يفتقد إلى الكثير من العصرية والحداثة ، ومنفصلاً عن الثورة المعلوماتيّة وحاجات المتلقي مما يجعله غير قادر على استيعاب منطق العصر ، وحاجات المواطن العربي بسبب نمطيته وتخلف وظائفه في ضوء التطور الحضاري الإعلامي ، وضعف محتواه وأساليبه التعبيرية ، وافتقاره للمشاركة الجماهيرية في صنع القرار الإعلامي ، وانعدام حق الاتصال وديمقراطيته في ممارساته، واعتماده على مبدأ سياسة إخفاء المعلومات وتضليل المواطن ، وضعف فاعليته في تحديث المجتمعات العربية ، وعدم قدرته على استيعاب المعطيات الحضارية في عصر العولمة الإعلامية .

6- الحاجة الماسة إلى إصلاح النظام الاعلامي العربي من خلال بناء رسالة اعلامية تتفق مع العصر ومتغيراته، وتلبي حاجة الجمهور العربي وتوطيد الثقة به، وتعميق المصداقية بالمعلومات، واحترام إرادته، وتوسيع مشاركته في صنع القرارات ،وهذا لايتم الاّ بالدراسات الميدانية للجمهور العربي من خلال معرفة حاجاته ورغباته واتجاهاته واحترام ارادته، وتوسيع مشاركة الجمهور في صنع القرارات. لأن الوضع الإعلامي العربي بحاجة الى ثورة حضارية

اعلامية ، يتم فيها عصرنة الاعلام العربي من خلال فهم جديد للرسالة الاعلامية وللاهداف الحضارية له من خلال المعطيات التالية:

- تقنياً ،لابد من إعادة الاساس التقني للإعلام العربي بصفة (الاستيعاب) وليس (النقل الالي) وأن يوفر الملاك البشري الكفؤ، في قدراته العقلية لاستيعاب تكنولوجيا الاعلام معلوماتيا ونفسيا.ان اوضح مظاهر التخلف هو استخدام أدوات التقنية الحديثة بشكل مظهري وساذج يفرغها من محتواه العلمي ،ويحولها إلى رموز طوطميّة تؤدي الى عكس الغرض منها،ومن الافضل البحث عن تقنية تؤدي وظيفة واقعية لمتطلبات الإنسان العربي ومرحلته وبيئته بدلا من اللهاث وراء تقنية معقدة لاتحل رموزها إلا بطريقة بدائية.

- سياسياً، لابد من تطوير النظام السياسي العربي وجعله ملبيا لطموحات الانسان العربي وحريته ، وجعل الجماهير هي صاحبة السلطة والقرار، لأن ايّ تقويم موضوعي لدور الإعلام لابد ان ياخذ في الحساب الشروط التي يعمل في ظلها، ان انعدام السياسة الخارجية الموحدة والنظرية السياسية العربية، وغياب العقل العربي في ساحة الصراع عوامل تحد من فاعلية دور الإعلام العربي.

ولابد للإعلام العربي أن يحسم قضايا تتعلق بالسياسة الإعلامية المعبرة عن النظام السياسي من خلال:

1- توفير وسائل الاتصال والمعلومات لجميع القوى الاجتماعية دون تمييز بسبب الجنس واللغة أو الدين أو الانتماء السياسي.

2- تحقيق أكبر قدر من المشاركة الجماهيرية في عمليات الاتصال والإعلام بحيث لايقتصر دور الجماهير في التلقي والاستقبال السلبي للوسائل الإعلامية.

3- إعادة النظر في كافة التشريعات الإعلامية السائدة في الوقت الحاضر، والعمل على تنقيتها من كافة العوائق والقيود، وحتى تتوفر الأرضية لتوفير ديمقراطية الاتصال في الوطن العربي لابد من توفر عدد من العناصر أبرزها:

تقليص ظاهرة الاحتكار لوسائل الاتصال بقصد افساح المجال لأسهام مشاركة اوسع للأفراد والجماعات، اعتماد اللامركزية من أجل أن تساعد في التعبير عن مختلف المصالح والأحداث المحلية، وإلغاء الرقابة السياسية على الإعلام، النظر في مسالة التمويل بما يحقق استقلالية وسائل الاتصال، والتنوع والاختيار في محتوى الاتصال، ومعالجة علاقة السلطة السياسية بوسائل الاتصال بنوعيه التقليدي والمعاصر.

أقتصادياً، لايمكن للإعلام العربي أن يتطوّر على أسس متينة مالم تقم في ارجـاء الـوطن العربي صناعات ثقافية واتصالية تشمل صناعة مواد الإنتـاج الثقـافي ووسـائله وصـولاً الى تحقيـق قوميـة المعرفـة، وضـمان أمـن الأمـة الثقافيـة في اطـار تـدفق متـوازن للإعـلام والمعلومات بين الأقطار العربية من جهة وبين هذه الاقطار من جهة أخرى.

- وجود خلل واضح في الخريطة الإعلامية العربيّة، وفجوة كبيرة في تكنولوجيا الاتصال والإعلام بين العالم المتقدم والعربي، وتمركز المصادر الإعلامية والثقافية والمعرفية ،من حيث الإنتاج والتوزيع في الدول التي تحتكر مصدر القوة العسكرية والمعرفيّة والاقتصاديّة، مع وجود تغيرات كبيرة في الخريطة الإعلامية الدولية في عصر العولمة، متمثلة في الإنتاج النوعي والكمي لآليات التحرير والتوزيع للإنتاجات المرئية والصوتية، والتقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، مما يعني أن الصراع المستقبلي سيكون موجهاً للسيطرة على الحاسوب والتليفزيون والهاتف التي يمكن صهرها على الأنترنت، ولهذا سيكون بإمكان المجموعة التي تسيطر على تقنية الانترنيت أن تسيطر على العالم مستقبلاً.

- يفتقد الإعلام العربي في عصر العولمة إلى عملية التخطيط والابداع، وعدم وجود استراتيجية واضحة له تعبر عن روح العصر، ومتغيراته السياسية والحضارية ،حيث مبدأ سياسة إخفاء المعلومات، وتهويل الأحداث، وانتهاج

سياسة الموضوعات الإعلامية، وتقليص حرية تدفق الأخبار والمعلومات، وتقليدية الخطاب الإعلامي العربي، ونمطية الرسالة الإعلامية شكلاً ومضموناً، وابتعادها عن حاجات ومشكلات المواطن العربي واقترابها من السلطة. مع بروز ظاهرة ثقافة الصورة الغريزية والترفيهية في الحياة العربية.

- مواجة العولمة الإعلامية الدولية التي تريد تكريس مبدأ التماثل واستشراء الفردية، وتنميط الحياة الفردية والمشاعر الإنسانية وتعميق ثقافة الاستهلاك، يتم من خلال المواجهة الخارجية بالعمل الإعلامي العربي المشترك، والمواجهة الداخلية بالتغيير الشامل للحياة العربية، وتكريس مبدأ الحوار الديمقراطي في حياة الإنسان، وتطوير التعليم ونظامه وأساليبه وأدواته التقليدية، والأهم استيعاب العولمة بعقل مفتوح، وفكر متجدد، وتوفير البيئة الصحية للإبداع الإعلامي.

- شيوع ظواهر إعلامية في الحياة العربية تكرس مفاهيم سلبية في حياة الشباب، كتنمية الفردية والروح الاستهلاكية ، والهروب من التصدي لواقع الحياة والأستسلام له ، وتعميق المشاعر الذاتية أكثر من الالتزام الجماعي، وزرع اليأس والإحباط من خلال ثقافة صوريّة قاسمها المشترك مادة ترفيهية تعتمد على إثارة الغرائز ، وإشاعة العنف والرعب، وذلك من خلال البرامج الترفيهية وأفلام الجريمة والعنف . حيث أنّ إحصائيات الدراسة تشير إلى وجود غزو إعلامي أجنبي في وسائل الإعلام العربية تتمثل بنماذج إعلامية مستنسخة من الغرب بدأت تخترق المحطات الفضائية العربية وصفحات الصحف والمجلات والإذاعات الترفيهية ، لتؤثر على أنماط حياة الشباب واتجاهاتهم ،وتأثرهم بالكثير من معطيات الثقافة الوافدة ونزعاتها الفلسفية والسياسية والاجتماعية . وهذا يتطلب بناء رسالة إعلامية عربية مستقبليّة تلبي حاجات الشباب العربي وتكون قريبة لمشكلات وهمومه ، ومعبرة عن أفكاره واتجاهاته الأجتماعية والثقافية ، مع إعطاء الشباب الفرصة للتعبير عن

أرائهم وأفكارهم وتطلعاتهم في وسائل الإعلا م العربية ، وإشراكهم في صنع القرار الإعلامي ، وفي إنتاج برامجهم صناعة وكتابة وتنفيذاً. مع أهمية تعميق وعيهم وثقافتهم وممارستهم للديمقراطية، وتعويدهم على التعامل الحضاري مع المعلومة الإعلاميّة.

4- سيسقط الإعلام الرقمي الحكومات الضعيفة والمستبدة والقمعيّة والسلطوية في المستقبل، لأنها ستجد نفسها أمام سيل من النشرات الإلكترونية، والبث الصوتي الإلكتروني، والبث الفيديوي الرقمي عبر الأنترنت، دون إذن منها، ودون الالتزام بقوانين الإعلام الذي فكر البعض بتطويره، في الوقت الذي أصبح عاجزاً تماماً عن معالجة الإعلام الالكتروني ، ومواجهة عصر الجماهير الرقميّة!